

ENCUESTA DE ACTIVIDAD

COMERCIO Y SERVICIOS

ENERO – MARZO 2014



CAMARA NACIONAL
DE COMERCIO Y
SERVICIOS DEL
URUGUAY

INFORME N° 95 – MAYO 2014

Introducción

ANTECEDENTES: La Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay publica la Encuesta de Comercio y Servicios desde el año 1990, con frecuencia trimestral.

Se presenta en esta oportunidad el informe No. 95 correspondiente al primer trimestre de 2014.

OBJETIVO: Reflejar la evolución en el corto plazo de las ventas reales en el mercado interno, para la ciudad de Montevideo en forma agregada en cada uno de los giros, a través de variaciones porcentuales que surgen de comparar magnitudes entre iguales períodos de años consecutivos.

Metodología

- ✓ Los datos se obtienen a través de una consulta a los empresarios sobre las variaciones trimestrales del total de sus ventas respecto al mismo período del año anterior. En esta oportunidad se obtuvo la información de 108 empresas con un total de 414 locales y más de 8.000 empleados.
- ✓ La muestra de empresas corresponde exclusivamente a Montevideo a excepción del rubro Automóviles, Camionetas, Camiones, Ómnibus, así como también el sector de Maquinaria Agrícola, los cuales comprenden a la totalidad del país.
- ✓ Se ponderaron las diferentes empresas para cada uno de los rubros en relación al personal ocupado, de forma de obtener el peso relativo de cada una de ellas, obteniendo así una estimación en forma agregada para el sector.

- ✓ Dichas variaciones son deflactadas por el Índice de Precios más adecuado para cada rubro según información del INE de acuerdo a los artículos que componen el IPC para la canasta con base diciembre 2010.
- ✓ **NOTA ACLARATORIA:** La variación de los períodos acumulados puede no reflejar con exactitud la de los trimestres anteriores debido a que se pueden dar cambios en la composición de la muestra o se producen ajustes en las ponderaciones debido a cambios en el personal ocupado. Asimismo, muchas veces los empresarios revisan y ajustan los datos de períodos anteriores.

Entorno Económico

- ✓ La economía uruguaya continuó creciendo en 2013, prolongando por tanto el resultado positivo que ha registrado a pesar del contexto regional adverso en función de la pérdida de dinamismo de las economías emergentes, en particular, Argentina y Brasil, y la lenta recuperación de los países industrializados.
- ✓ Más allá de esta pérdida de dinamismo, es importante destacar que la economía uruguaya ha logrado mantener un nivel de actividad favorable.
- ✓ El crecimiento anual del PIB, que alcanzó un 4,4% en 2013 obedeció a la expansión de la demanda interna, tanto por el comportamiento del Gasto en consumo final (5,2%) como de la Formación bruta de capital (4,2%) según el informe de Cuentas Nacionales del BCU.

- ✓ En el cuarto trimestre de 2013 en comparación al mismo período de 2012, el crecimiento fue de 4,6%, al tiempo que todos los sectores de la economía mostraron un mejor desempeño.
- ✓ De acuerdo con los datos del Banco Central, las actividades que más contribuyeron al crecimiento del producto en el período fueron las de Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones, tanto por la expansión de las telecomunicaciones como por el incremento en los servicios de transporte, y el comercio.
- ✓ En relación al comportamiento del conjunto de las actividades de Comercio, Reparaciones, Restaurantes y Hoteles, la tasa de crecimiento en el cuarto trimestre alcanzó el 5,3%, impulsado fundamentalmente por la venta de bienes importados de consumo final y uso intermedio, en particular, automóviles.

- ✓ La actividad de la Construcción también mostró un resultado positivo en el cierre de 2013, creciendo 2,6% en términos interanuales, caracterizado por un incremento en el sector público, y una contracción en el sector privado.
- ✓ En relación al sector externo, las Exportaciones de bienes y servicios cayeron 0,8% dadas las menores ventas de bienes al exterior en términos de volumen físico, según destaca el informe, las cuales fueron en parte compensadas por el aumento registrado en las exportaciones de servicios.
- ✓ A su vez, las Importaciones de bienes y servicios aumentaron 3,8% en la comparación interanual debido a la incidencia de los servicios, ya que se verificó una disminución de las compras de bienes al exterior, en particular de bienes de capital y de uso intermedio.

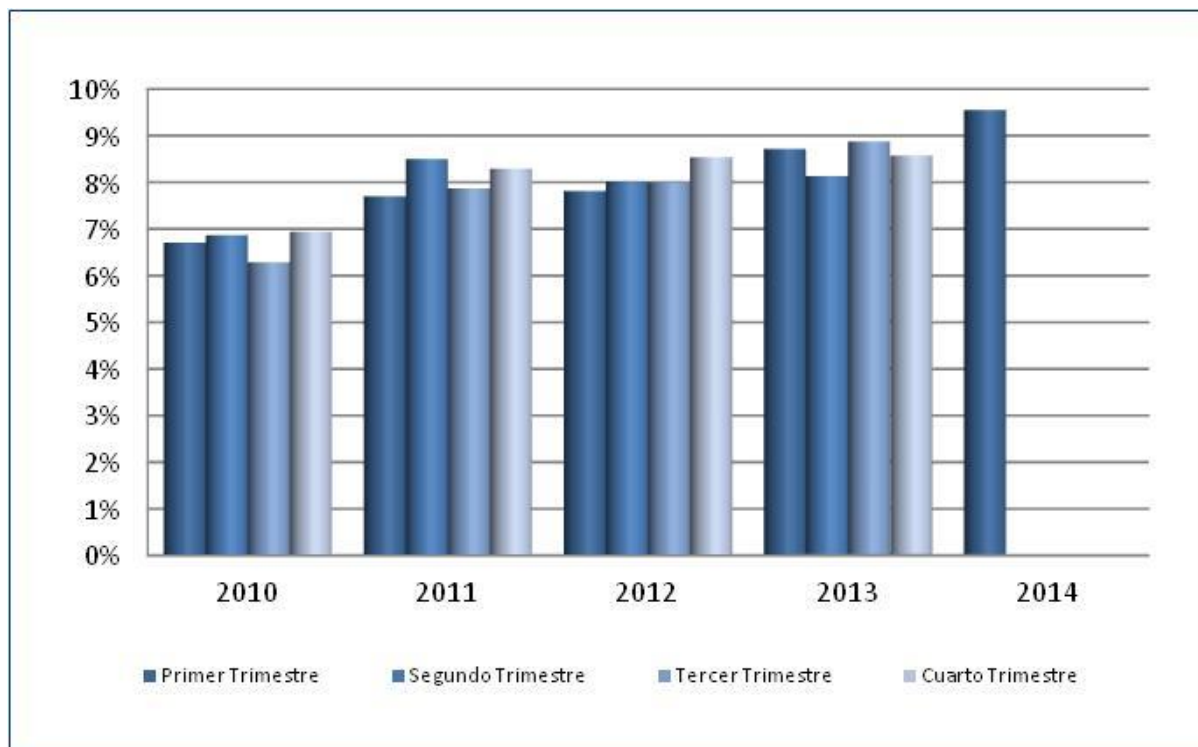
- ✓ Analizando el comportamiento de las principales variables macroeconómicas a nivel del mercado interno, se mantiene la presión al alza en el valor del dólar que comenzó a observarse un año atrás, como consecuencia de una política monetaria norteamericana menos expansiva conforme se va consolidando la recuperación económica.
- ✓ De acuerdo a la encuesta elaborada por el BCU, los analistas coinciden en que el valor de la moneda norteamericana continuará su tendencia al alza durante el presente año. Sin embargo, de acuerdo con los datos, la mayor parte del ajuste en la cotización, se observó en los meses previos, en particular sobre fines del año pasado, por lo que el ajuste en los próximos meses será más moderado.

- ✓ Por otro lado, el incremento en el nivel de precios continúa en niveles elevados, siendo la principal variable de preocupación por parte de las autoridades.
- ✓ Mantener el doble equilibrio entre un tipo de cambio alineado al de las economías regionales, y al mismo tiempo reducir los niveles de inflación para no perder competitividad a nivel internacional, se ha convertido en el desafío más importante para la autoridad monetaria.
- ✓ A nivel internacional, las economías de la Zona Euro han comenzado a recuperarse. Aunque los países de la periferia mantienen elevados niveles de desempleo, los datos son claramente más alentadores que en trimestres anteriores. Es evidente, por tanto, que la fase más recesiva ha culminado, y los niveles de empleo e ingreso acompañarán la lenta recuperación.

- ✓ La mejora en el desempeño de la economía norteamericana continúa, incentivando la inversión y el consumo privado, elementos claves para sostener dicho proceso teniendo en cuenta la importancia del mercado interno para esta economía.
- ✓ A nivel regional, la economía brasileña muestra signos de deterioro, con reducción en los niveles de inversión y de exportaciones, y menores perspectivas de crecimiento para el presente año.
- ✓ En Argentina, si bien la pérdida de reservas y la constante devaluación de su moneda parece haberse detenido, persisten claros signos de estancamiento y crecimiento en los niveles de inflación en la medida que el desajuste en las cuentas públicas es afrontado con emisión monetaria, al estar restringido su acceso a los mercados internacionales de capital.

ÍNDICE DE PRECIOS DEL CONSUMO: El Índice de Precios al Consumo (IPC) se incrementó un 9,6% en el promedio del primer trimestre respecto al mismo período de 2013.

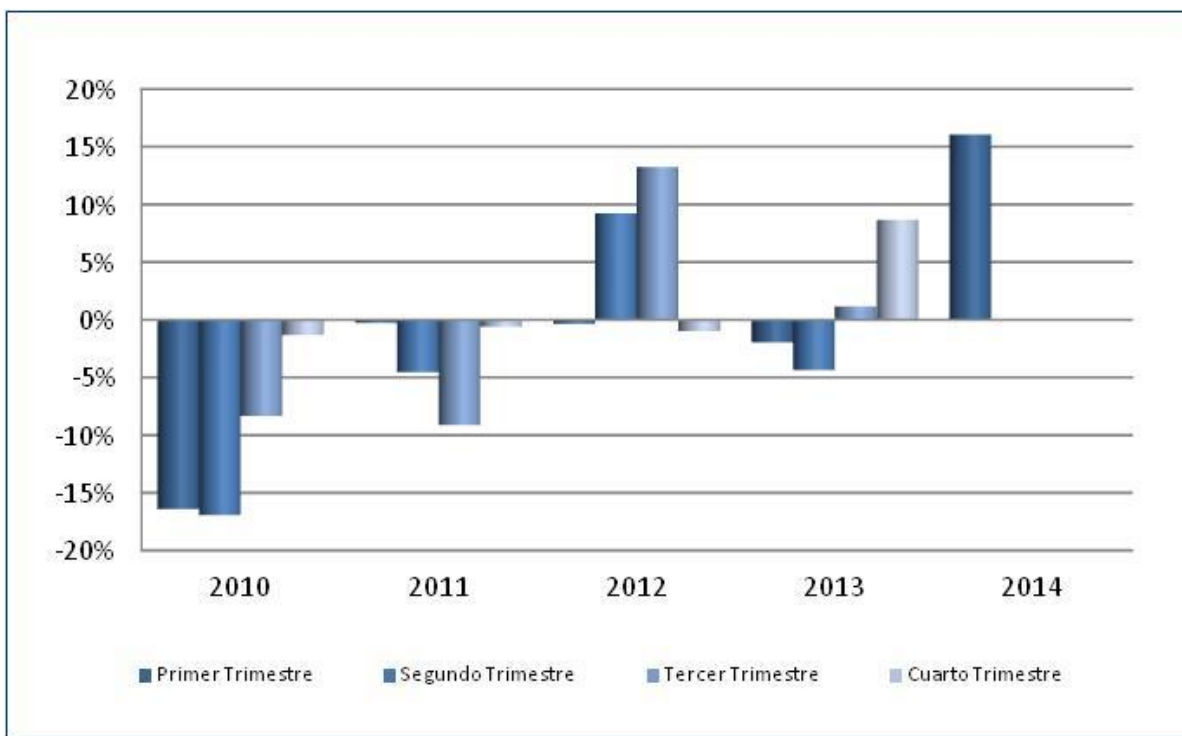
VARIACIÓN DEL ÍNDICE DE PRECIOS DEL CONSUMO



Fuente: INE

TIPO DE CAMBIO: El valor promedio del dólar interbancario en el primer trimestre fue de \$22,22 con una tendencia al alza en dicho período, incrementándose 16,1% en relación a un año atrás.

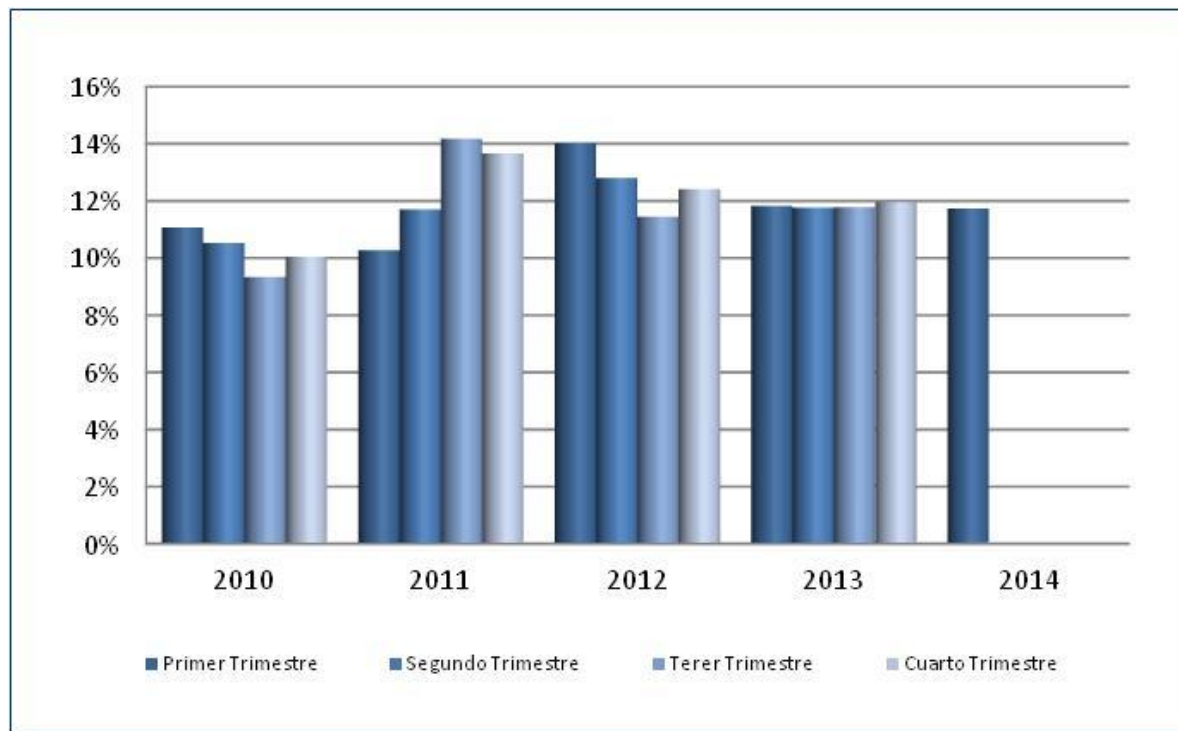
VARIACIÓN DEL TIPO DE CAMBIO



Fuente: BCU

ÍNDICE MEDIO DE SALARIOS: El Índice Medio de Salarios mostró un nuevo crecimiento superior a los niveles de inflación, generando un efecto real positivo en el poder de compra de los hogares. Al primer trimestre del año 2014 dicho crecimiento alcanzó 11,7% en relación a igual período del año anterior.

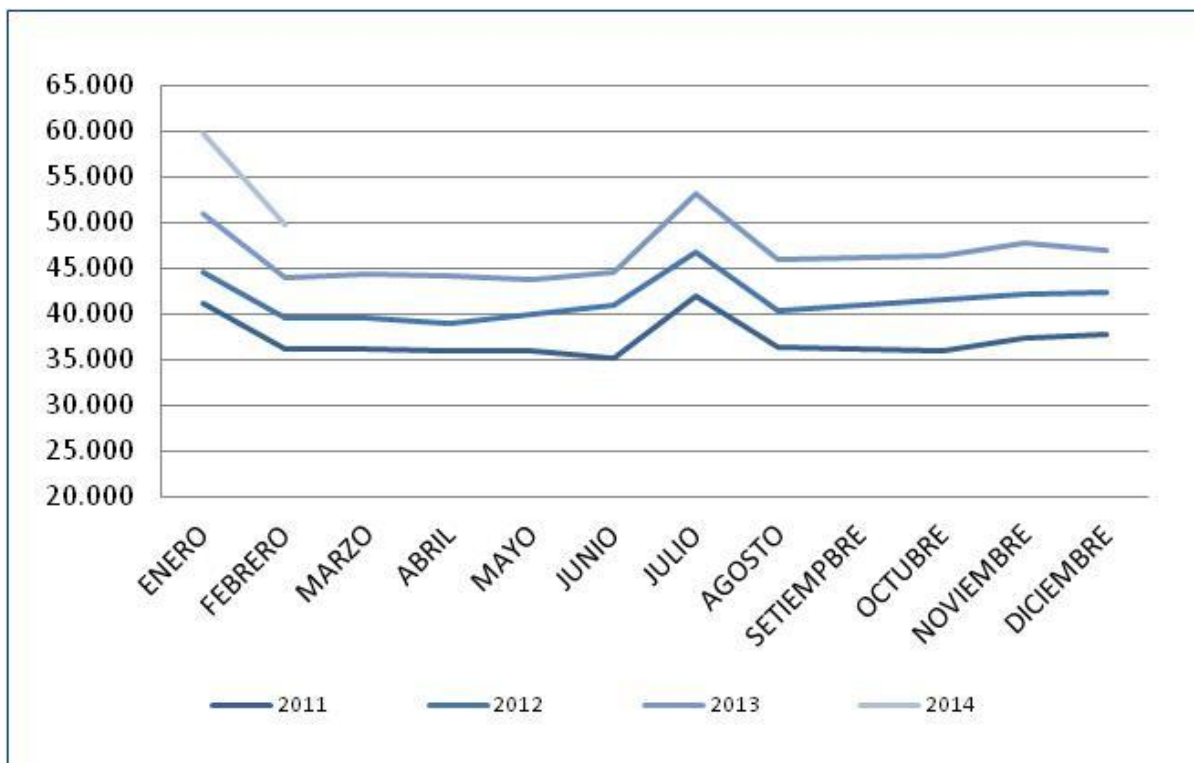
VARIACIÓN DEL ÍNDICE MEDIO DE SALARIOS



Fuente: INE

INGRESO MEDIO DE LOS HOGARES: El Ingreso Medio de los Hogares con valor locativo a precios corrientes con aguinaldo, se situó en el mes de febrero en \$ 49.625 creciendo 13,2% en los 12 meses acumulados.

EVOLUCIÓN INGRESO MEDIO DE LOS HOGARES



Fuente: INE

COMPORTAMIENTO DE LAS IMPORTACIONES: Según información del Departamento de Comercio Exterior de la CNCS, se registraron las siguientes variaciones en términos reales (deflactadas por la inflación de EE.UU) para los rubros considerados:

Rubros	Trim IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim. III 2014	Trim. IV 2014
Ferreterías	1,9%	-2,0%			
Repuestos Automotores	22,0%	5,3%			
Ópticas	6,8%	-7,9%			
Calzado	11,1%	10,7%			
Electrodomésticos	0,3%	24,8%			
Bazares	-2,8%	14,7%			
Jugueterías	-11,3%	-2,8%			

- ✓ En esta oportunidad se solicitó a los empresarios que indiquen cuál es el grado de preocupación respecto a los siguientes aspectos relacionados con el comportamiento actual y perspectivas de la economía uruguaya.
- ✓ Los resultados se presentan en el siguiente cuadro:

	Muy importante	Importante	Poco importante	Nada importante	Total
Caída en los niveles de demanda	21,9%	48,4%	26,6%	3,1%	100%
Competencia desleal (comercio informal, compras por Internet, evasión fiscal, etc)	23,8%	28,6%	33,3%	14,3%	100%
Riesgo financiero por ventas a crédito	1,6%	32,3%	41,9%	24,2%	100%
Conflictividad laboral	4,8%	30,6%	46,8%	17,7%	100%
Nivel de inflación e incrementos de costos en la economía	33,3%	50,8%	12,7%	3,2%	100%
Evolución del tipo de cambio	16,1%	61,3%	17,7%	4,8%	100%

- ✓ En relación a lo que los empresarios perciben sobre el comportamiento de la demanda en relación a un año atrás, la respuesta más frecuente es que se observa una reducción “importante” en dichos niveles, y destacan que en la actualidad la actividad comercial se ha visto deteriorada por diversos factores que se comentarán más adelante.
- ✓ Lógicamente, el comportamiento contractivo en los niveles de demanda afecta de forma diferente según el sector que se considere, de todas formas en términos generales se puede establecer con claridad que el sector comercial está sintiendo un impacto negativo sobre todo en relación a lo observado en períodos previos.
- ✓ Con respecto a la competencia proveniente del comercio informal, las respuestas muestran un espectro más amplio, y varían significativamente de acuerdo a las características particulares de los artículos comercializados.

- ✓ En efecto, las ramas de actividad que comercializan artículos importados y de consumo masivo, que tienen además mayor carga impositiva, y costos elevados respecto a otros países de la región, están mas expuestos a sufrir los efectos del ingreso de mercadería ilegal, a precios sustancialmente más bajos.
- ✓ Este elemento se profundiza cuando los controles por parte de las autoridades son insuficientes o directamente no hay disposiciones que protejan adecuadamente los intereses del sector formal.
- ✓ También se observa una incidencia importante del comercio informal en la prestación de algunos servicios, tal como es el caso del rubro gastronómico, en particular de los servicios de fiestas y eventos ofrecidos por el sector Confiterías.

- ✓ En relación al riesgo financiero al que se enfrentan las empresas por sus ventas a crédito, la pregunta tiene particular importancia para el caso de aquellos rubros en los que frecuentemente el vendedor ofrece la posibilidad de pagar a crédito sin ningún tipo de garantía, ni la intermediación de una institución financiera. Tal es el caso por ejemplo de las Barracas, o Ferreterías, cuyas ventas por tradición en buena medida se realizan bajo esta modalidad.
- ✓ En este caso se constató que si bien la situación no es altamente preocupante, ha comenzado a observarse mayores dificultades para el repago de estas ventas, con lo cual se hace necesario realizar un mayor seguimiento de los deudores por parte de las empresas para no incurrir en una pérdida de capital.
- ✓ En lo que tiene que ver con la percepción sobre la conflictividad laboral, las respuestas parecen dejar claro que la misma ha perdido incidencia en este período, dado que las negociaciones salariales ya han culminado y hoy se está trabajando sobre los acuerdos vigentes negociados.

- ✓ En cuanto a la consulta sobre la incidencia de los crecientes costos a los que se enfrenta el sector empresarial, la respuesta es clara y refleja quizás la mayor preocupación que comparten los empresarios.
- ✓ Ante un escenario de menor crecimiento en las ventas como el que se está registrando actualmente, la incidencia de los costos operativos, incluyendo los relativos a salarios, tarifas y tributos han reducido los márgenes que obtienen las empresas en el desarrollo de su actividad, configurando un escenario adverso para sostener los niveles de empleo e ingresos.
- ✓ Finalmente, la tendencia creciente del tipo de cambio que se observa en relación al año anterior, también es un elemento que los empresarios siguen con atención.

- ✓ En efecto, la apreciación del dólar ha llevado a un debilitamiento en la capacidad de compra de los consumidores afectando particularmente la disposición a la compra de bienes duraderos.
- ✓ Al mismo tiempo un mayor valor del dólar mejora las condiciones de competitividad de la economía respecto a terceros países y por lo tanto la producción, el comercio de bienes y la prestación de servicios de origen nacional.
- ✓ Ya sea de una forma o de otra, la evolución del tipo de cambio es una variable sumamente relevante tal como queda reflejado en las respuestas obtenidas.

Principales Resultados

- ✓ La actividad comercial, de acuerdo a la información obtenida para el presente estudio, muestra algunos signos de debilitamiento, que se están haciendo presentes fundamentalmente a partir del segundo trimestre de 2012, cuando comenzó a registrarse una desaceleración en los niveles de actividad, respecto a lo observado años anteriores.
- ✓ Igualmente, antes de hacer cualquier consideración respecto a los datos obtenidos en esta oportunidad, es importante tener en cuenta el efecto ocasionado por los días de Carnaval y por la Semana de Turismo, los cual se celebraron en el mes de marzo y abril respectivamente, mientras que en 2013 los mismos tuvieron lugar en los meses de febrero y marzo, por lo tanto los datos obtenidos podrían estar distorsionando en alguna medida la verdadera variación de las ventas en este primer trimestre del año.

- ✓ Otro elemento a tener en cuenta en el presente informe es el efecto que puede tener en la comparación interanual, la apertura de un nuevo centro comercial de relevancia, el cual estaría restando actividad a otros puntos comerciales de la ciudad y por lo tanto generando una distorsión al comparar la misma cantidad de locales de venta entre ambos años como se realiza en este informe
- ✓ De todas formas, los resultados revelan que el impulso de la demanda, a través del gasto en consumo de los hogares, si bien continúa estando presente, ha perdido fuerza nuevamente, dando lugar a un escenario en el cual algunos rubros han registrado un descenso en sus ventas en términos reales.
- ✓ A su vez los informantes consultados que operan en los principales Centros Comerciales, también indican que se ha observado una caída en las ventas reales de algunos rubros en particular.

- ✓ A nivel de los factores con mayor incidencia en las decisiones de consumo, esto es, nivel de ingreso de los hogares, y disponibilidad de crédito al consumo, los mismos continúan estando presentes como impulsores en el actual contexto económico.
- ✓ Por lo tanto la explicación de la desaceleración en el nivel de ventas estaría más relacionada con un escenario incierto, expectativas de menor crecimiento económico, y mayor incertidumbre sobre la evolución del tipo de cambio, lo cual estaría generando un comportamiento más cauteloso por parte de los consumidores.
- ✓ En este sentido, el Índice de Confianza del Consumidor elaborado por la Universidad Católica para el mes de marzo, si bien muestra una recuperación en dicho mes, había registrado un deterioro en los dos primeros meses del año, cerrando con una caída de 3,5% respecto a igual período de 2013.

- ✓ El mayor pesimismo observado en este trimestre respecto al año anterior se refleja en una menor predisposición a la compra de bienes durables.
- ✓ Los empresarios destacan, al igual que en el período anterior, los incrementos en los costos de funcionamiento, como un elemento de preocupación, y la necesidad de ser conservadores a la hora de planificar gastos, inversiones y contratación de personal.
- ✓ Entre los sectores que han mostrado un desempeño negativo se destacan fundamentalmente los artículos de origen importado como es el caso de Electrodomésticos, Bazares y Ópticas afectados principalmente por el alza en la cotización del dólar y una contracción en los niveles de demanda.
- ✓ También se observó nuevamente un deterioro en las ventas del Sector Vestimenta y Calzado, aunque en esta oportunidad, el efecto de las compras en Argentina ha perdido relevancia en relación a un año atrás.

- ✓ El crecimiento en el valor del dólar en Uruguay junto con el incremento en el nivel de precios en Argentina ha vuelto menos atractivo los viajes hacia dicho destino en relación a un año atrás cuando se produjo el mayor pico en la demanda de viajes principalmente para aprovechar la relación de precios y realizar compras.
- ✓ Los rubros que han logrado mantener el ritmo de crecimiento son fundamentalmente: Servicios Informáticos, Agencias de Viaje, y la venta de Vehículos 0KM. También se observa una recuperación en los Hoteles tres y cuatro estrellas, los cuales continúan evolucionando de manera positiva.

- ✓ En el siguiente cuadro se resume la variación real de ventas para cada uno de los rubros considerados en el presente informe:

Bienes de Consumo	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim. III 2014	Trim. IV 2014
Art. de Bazar	12	-	610	-	-			
En Bazares	5	6	27	-4,8%	-2,5%			
En Sup. Y Coop.	7	-	583	1,9%	11,8%			
Confiterías	7	11	434	-1,7%	-4,2%			
Electrodomésticos	12	-	837	-	-			
Casas de electrodom.	5	30	478	0,6%	-12,2%			
En Sup. y Coop.	7	-	359	4,2%	12,9%			

Bienes de Consumo	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim. III 2014	Trim. IV 2014
Ferreterías Mayoristas	5	5	300	3,0%	4,4%			
Ferreterías y Pinturerías Minoritas	8	9	153	3,3%	2,7%			
Ferreterías Industriales	3	4	56	1,7%	1,3%			
Pinturerías	6	9	152	1,5%	1,0%			
Ópticas	6	11	72	-4,2%	-4,5%			
Jugueterías	6	22	372	4,5%	9,0%			
Supermerc. y Coop.	7	-	12.355	-1,6%	-3,0%			
Vestimenta en Gral.	14	132	1.550					
Vestimenta Dama	8	97	1.244	-0,5%	-1,5%			
Vestimenta Caballero	6	35	306	-6,2%	-5,3%			
Calzado	4	16	112	1,9%	-3,6%			

Otros Bienes	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim. III 2014	Trim. IV 2014
Autos y Camionetas*	-	-	-	37,9%	5,0%			
Camiones y Ómnibus*	-	-	-	-10,0%	6,7%			
Ciclomotor** Hasta 50cc	-	-	-	-48,5%	-65,8%			
Motocicleta** Hasta 125cc	-	-	-	-14,6%	-18,6%			
Barracas	5	9	199	-4,3%	-0,4%			
Repuestos Automotrices	6	10	186	12,0%	3,1%			
Maquinaria Agrícola*				2,0%	16,4%			

*Datos correspondientes al total del país

**Datos de Importación proporcionados por la Dirección Nacional de Aduanas

Servicios	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim. III 2014	Trim. IV 2014
Agencias de Viaje	3	6	145	7,0%	13,2%			
Hoteles tres estrellas	5	5	143	-14,2%	29,8%			
Hoteles cuatro estrellas	6	6	268	8,2%	13,3%			
Servicios Informáticos	6	6	464	32,9%	32,5%			
Software	5	5	132	19,4%	41,2%			
Hardware	4	4	196	23,2%	-0,9%			

Bienes de Consumo

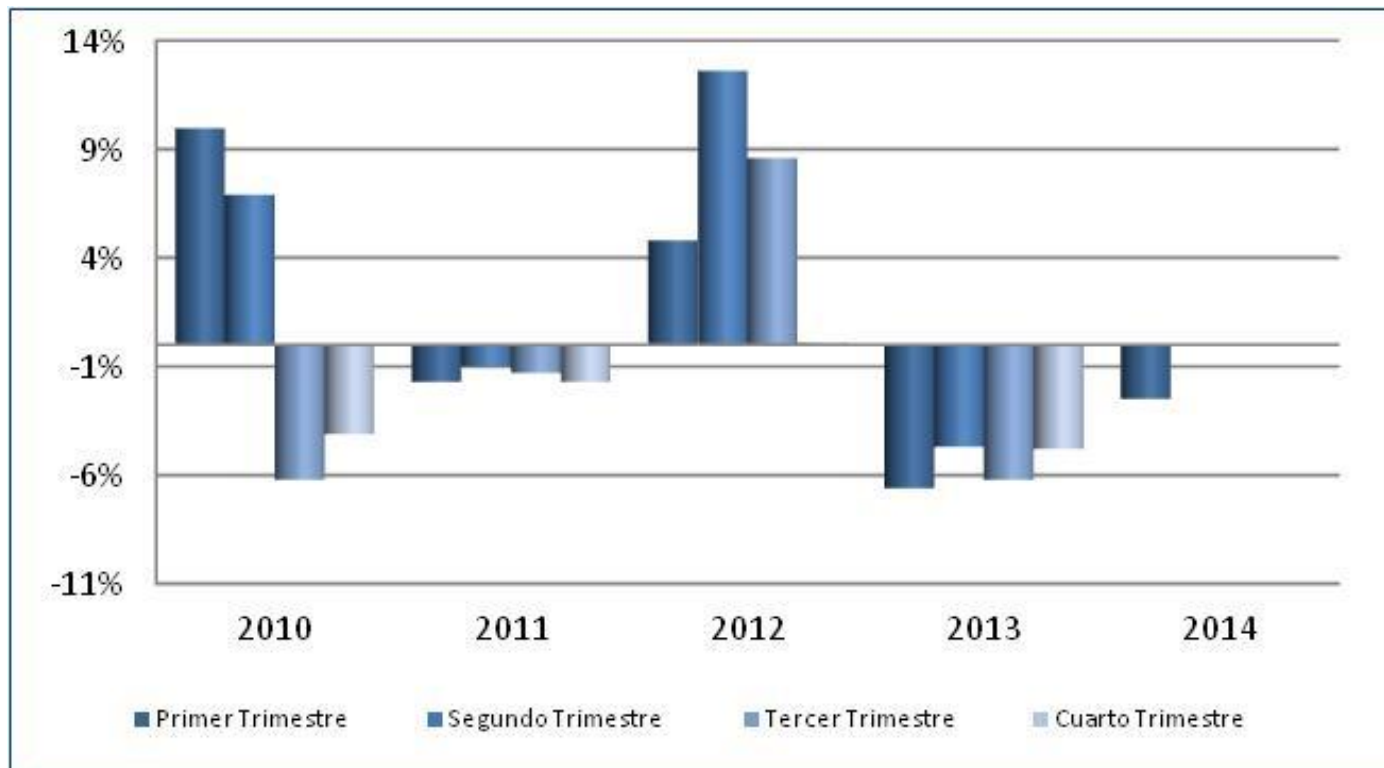
I - ARTÍCULOS DE BAZAR Y MENAJE

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim. III 2014	Trim. IV 2014
Art. en Bazares	5	6	27	-4,8%	-2,5%	-		
En grandes superficies	7	-	583	1,9%	11,8%			
Índice de Precios	-	-	-	2,2%	3,0%			

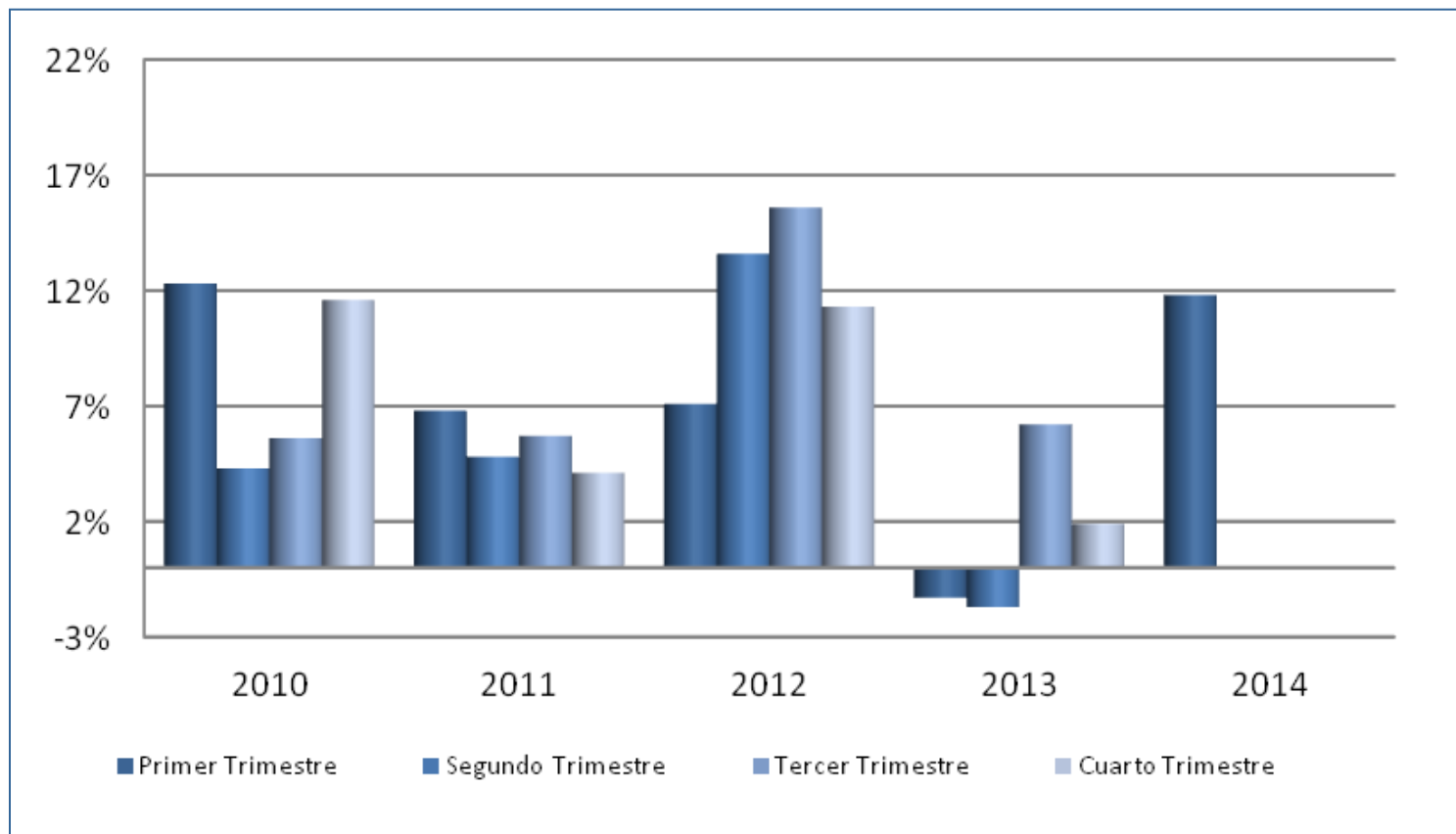
- ✓ Las ventas en Bazares mostraron una nueva reducción de sus ventas en términos reales en el período considerado, continuando así con la tendencia negativa observada a lo largo del pasado año de acuerdo con los datos proporcionados por las empresas consultadas.

- ✓ Se ha registrado una reducción en los niveles de demanda durante los últimos meses, lo cual se refleja en los resultados alcanzados.
- ✓ Al mismo tiempo el incremento en los costos en los artículos importados así como los costos operativos no se han trasladado en su totalidad al precio final tal como se observa en el índice de precios correspondiente, con lo cual el margen de ganancia de los empresarios se ha visto erosionado, llevando a una situación de estancamiento del sector.
- ✓ De todas formas, los datos de importación mostraron un crecimiento significativo que alcanzó 14,7%. El elemento que puede estar detrás de este dato, son las expectativas sobre la evolución de la cotización del dólar que llevó en algunos casos a anticipar las importaciones para evitar un mayor costo.

VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN BAZARES



VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN GRANDES SUPERFICIES



II - ARTÍCULOS DE CONFITERÍAS

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim. III 2014	Trim. IV 2014
Artículos de Confitería	7	11	434	-1,7%	-4,2%			
Índice de Precios	-	-	-	9,8%	10,0%			

- ✓ Las ventas reales en Confiterías en el primer trimestre cayeron nuevamente.
- ✓ Las empresas consultadas, coinciden en destacar que se ha observado un menor consumo afectando los niveles de venta, al tiempo que los precios de las materias primas continúan su tendencia creciente.

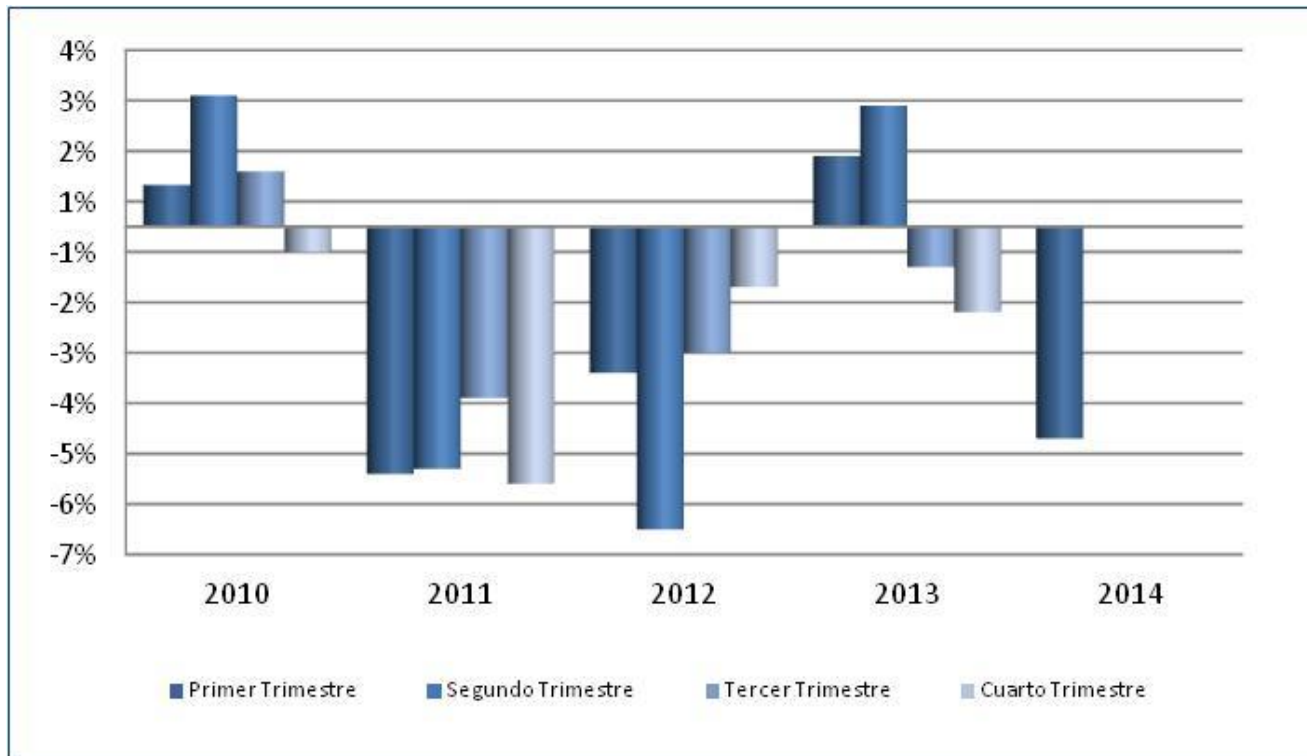
- ✓ De esta forma el escenario observado a lo largo del año pasado continúa presente en el comienzo de 2014: retracción de las ventas reales y aumento de costos por encima del nivel de precios.
- ✓ A su vez, para el presente año se espera que el crecimiento en el costo de las materias primas continúe incidiendo de manera negativa en el sector como consecuencia de la evolución del dólar, al tiempo que las expectativas de ventas pierden dinamismo, evolucionando de manera negativa, según la mayoría de los informantes consultados.

EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE DETERMINADOS INSUMOS DEL SECTOR

Productos	Trim. IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim. III 2014	Trim. IV 2014
Azúcar	-8,2%	-8,2%			
Jamón	5,7%	8,1%			
Cereales	10,2%	9,7%			
Mermeladas y Dulces	4,9%	4,3%			
Lácteos	4,8%	8,2%			
Aceites y Grasas	2,3%	2,6%			
Harina de trigo	13,9%	12,9%			

Fuente: INE

VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN CONFITERÍAS



III - ELECTRODOMÉSTICOS:

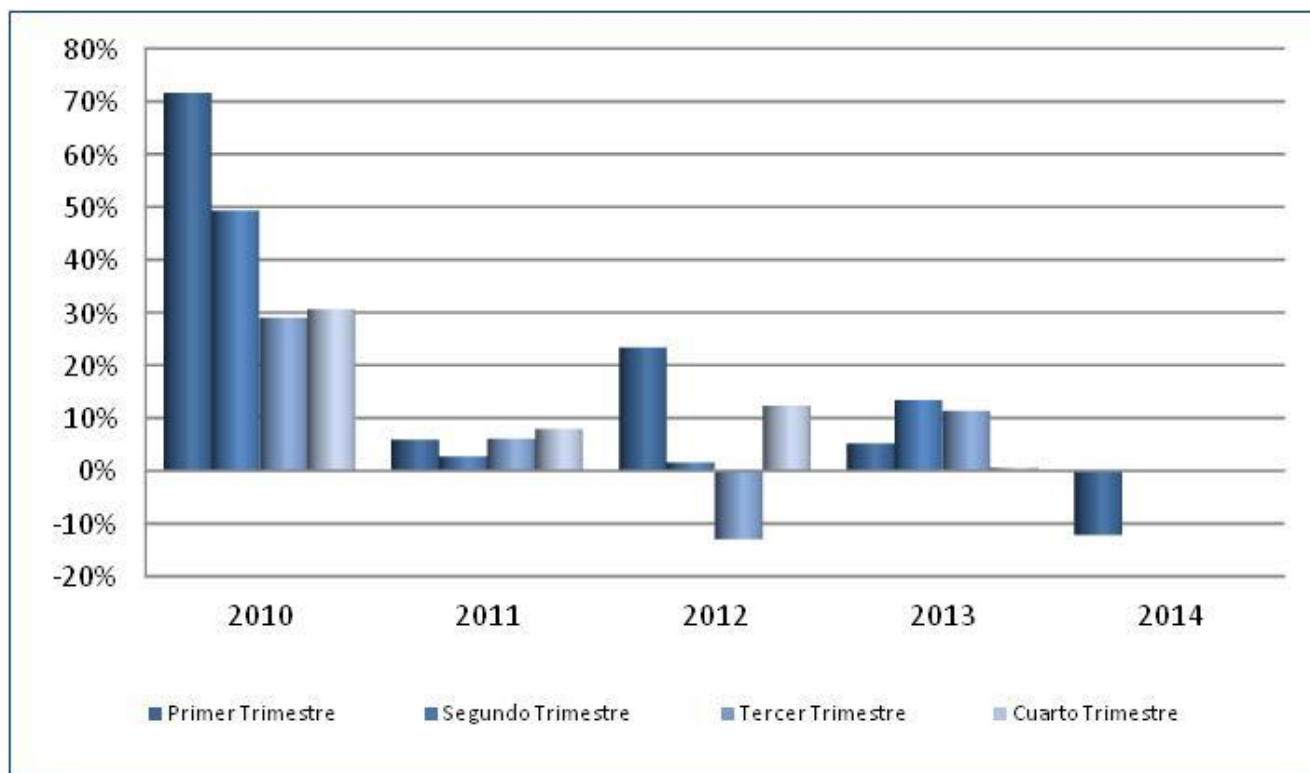
	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim. III 2014	Trim. IV 2014
Casas de electrodomésticos	5	30	478	0,6%	-12,2%			
Supermercados	7	-	359	4,2%	12,9%			
Índice de Precios	-	-	-	10,1%	15,0%			

- ✓ De acuerdo con los datos obtenidos por las empresas consultadas, las ventas de Electrodomésticos mostraron una contracción significativa en el primer trimestre de 2014 en relación a lo ocurrido en 2013.
- ✓ De esta forma, la desaceleración en las ventas que se registró sobre el cierre de 2013, se acentuó en el comienzo de 2014.

- ✓ Claramente, el fuerte crecimiento que experimentó la cotización del dólar en la comparación interanual repercutió directamente tanto en el precio de los artículos, como en la disposición de los hogares a realizar gastos en consumo de bienes duraderos.
- ✓ Por otra parte, también se advierte cierta saturación en el mercado de algunos artículos, fundamentalmente aquellos vinculados con imagen, audio y video, cuyas ventas se han contraído, como consecuencia del fuerte recambio ya producido en años anteriores.
- ✓ De todas formas, la celebración del mundial de fútbol en los meses de junio y julio podría reactivar en alguna medida las ventas de estos artículos, aunque no se espera que la incidencia sea tan significativa como ocurrió en 2010, producto de los factores mencionados.
- ✓ Por su parte los grandes electrodomésticos para el hogar, también mostraron una contracción real, y un nivel de demanda menor respecto a períodos anteriores.

- ✓ Sin embargo las cadenas de supermercados mostraron un crecimiento significativo, aunque los datos reflejan diferencias importantes al interior de las empresas consultadas.
- ✓ Igualmente, es necesario aclarar que en el caso de las grandes superficies la comparación de lo ocurrido en relación al trimestre anterior carece de sentido en la medida que en esta oportunidad se incluyeron únicamente los grandes electrodomésticos para el hogar a partir de la nueva desagregación de artículos que comienza a presentarse en este informe.
- ✓ El nivel de precios mostró una evolución que reflejó lo ocurrido con el valor del dólar.
- ✓ Por su parte las importaciones mostraron un crecimiento que contrasta con lo ocurrido en las ventas reflejando la variación de stock que manejan las empresas, previendo un año en el cual el tipo de cambio mantendrá una tendencia de crecimiento.

VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN CASAS DE ELECTRODOMÉSTICOS



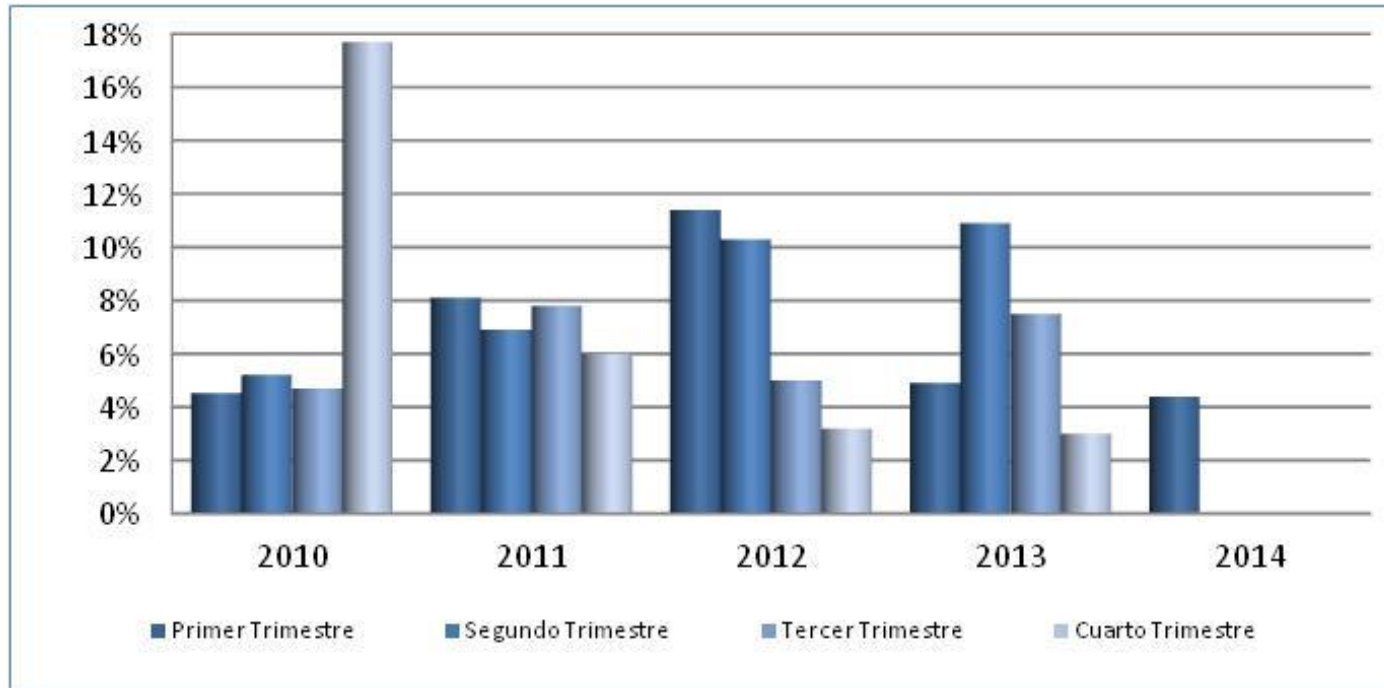
IV – FERRETERÍAS Y PINTURERÍAS

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim. III 2014	Trim. IV 2014
Ferreterías Mayoristas	5	5	300	3,0%	4,4%			
Ferreterías y Pinturerías Minoritas	8	9	153	3,3%	2,7%			
Ferreterías Industriales	3	4	56	1,7%	1,3%			
Pinturerías	6	9	152	1,5%	1,0%			
Índice de Precios de Ferreterías	-	-	-	5,0%	6,8%			
Índice de Precios de Pinturerías	-	-	-	6,9%	8,7%			

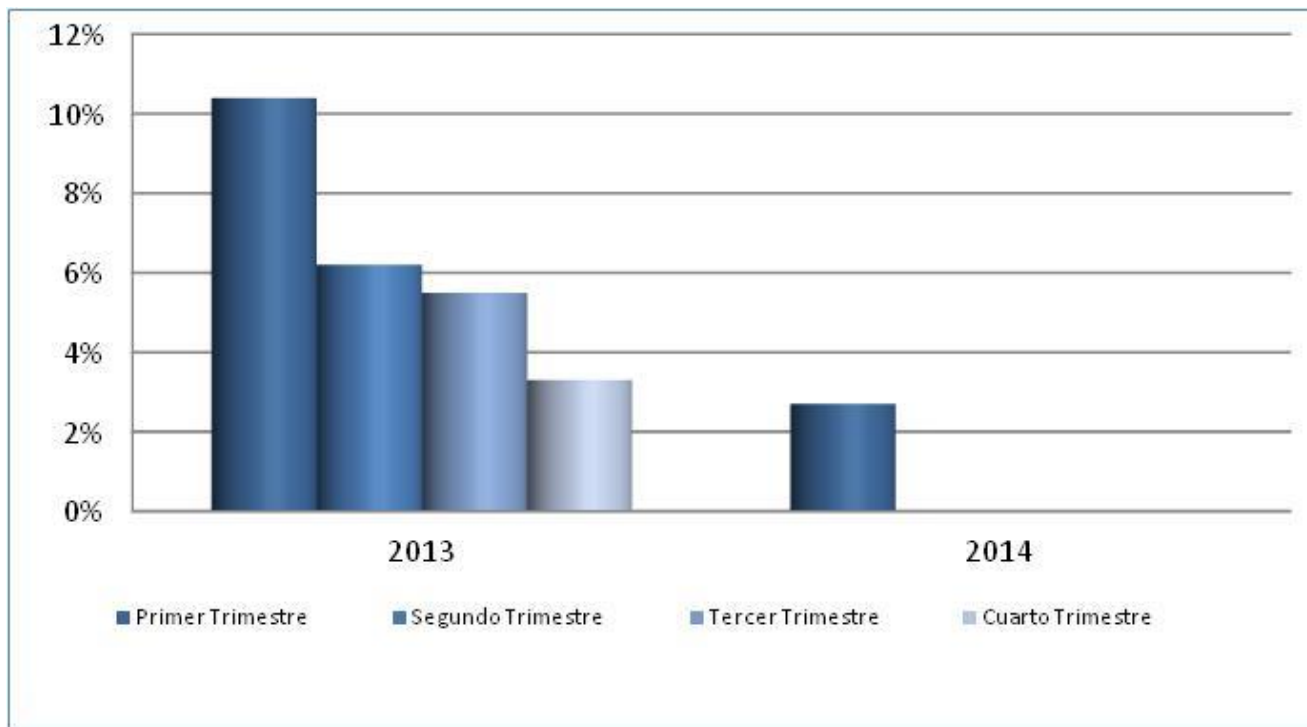
- ✓ El rubro Ferreterías Mayoristas creció nuevamente de forma moderada en relación al mismo período de 2013, mostrando un comportamiento similar al observado en períodos anteriores, sostenido por los buenos niveles de inversión, aunque los informantes coinciden en destacar que se advierte cierta retracción en los niveles de demanda, generando expectativas más conservadoras para el presente año.
- ✓ Un comportamiento similar se registró en el caso de Ferreterías y Pinturerías Minoristas, donde el crecimiento fue de 2,7%, aunque el efecto de la Semana de Turismo podría estar reflejando una sobreestimación del crecimiento.
- ✓ Igualmente de acuerdo con la información proporcionada por los empresarios del sector, la suba del valor del dólar y el incremento en los costos puede generar dificultades que se reflejen en resultados negativos en los próximos meses. De esta forma las expectativas para los próximos períodos son de mayor cautela y previsión, buscando un equilibrio entre ingresos y gastos, y un mayor control sobre las ventas a plazos más largos.

- ✓ Por su parte, las ventas en Ferreterías Industriales crecieron 1,3% mientras que en Pinturerías la variación fue de 1,0%.
- ✓ En ambos casos los informantes consultados destacan que las ventas se han continuado desacelerando tanto en pesos corrientes como en unidades, en respuesta a las menores perspectivas económicas que se han registrado y que afectan la concreción de nuevas inversiones, con lo cual las expectativas para el presente año son negativas.
- ✓ Las importaciones de Artículos de Ferretería registraron una caída de 2,0% en el primer período del año en relación al año anterior.

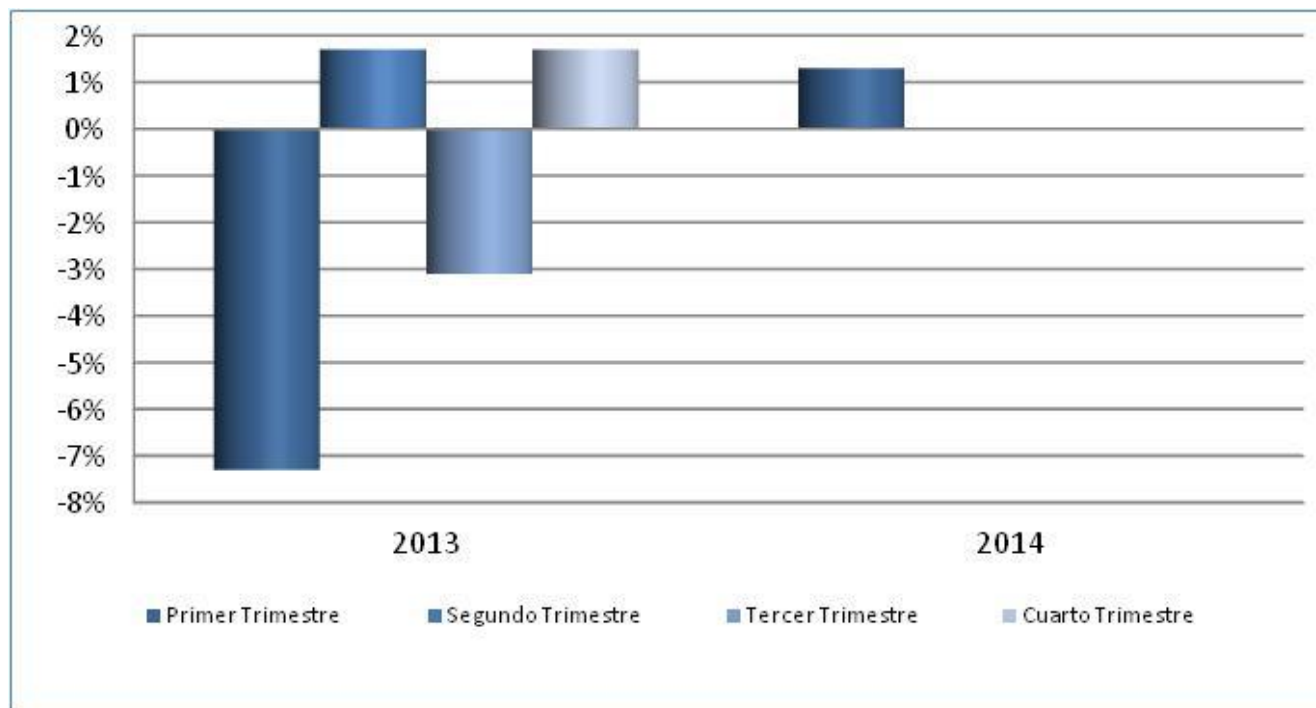
VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN FERRETERÍAS MAYORISTAS



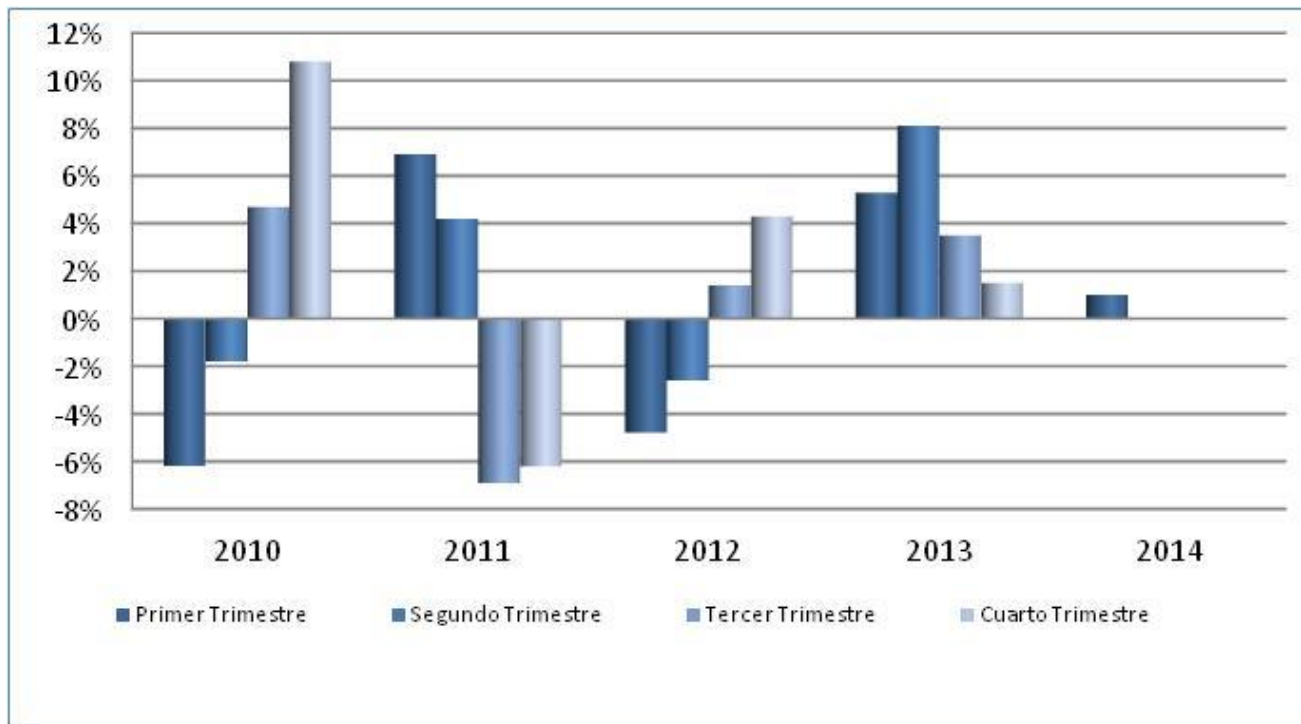
VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN FERRETERÍAS Y PINTURERÍAS



VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN FERRETERIAS INDUSTRIALES



VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN PINTURERÍAS



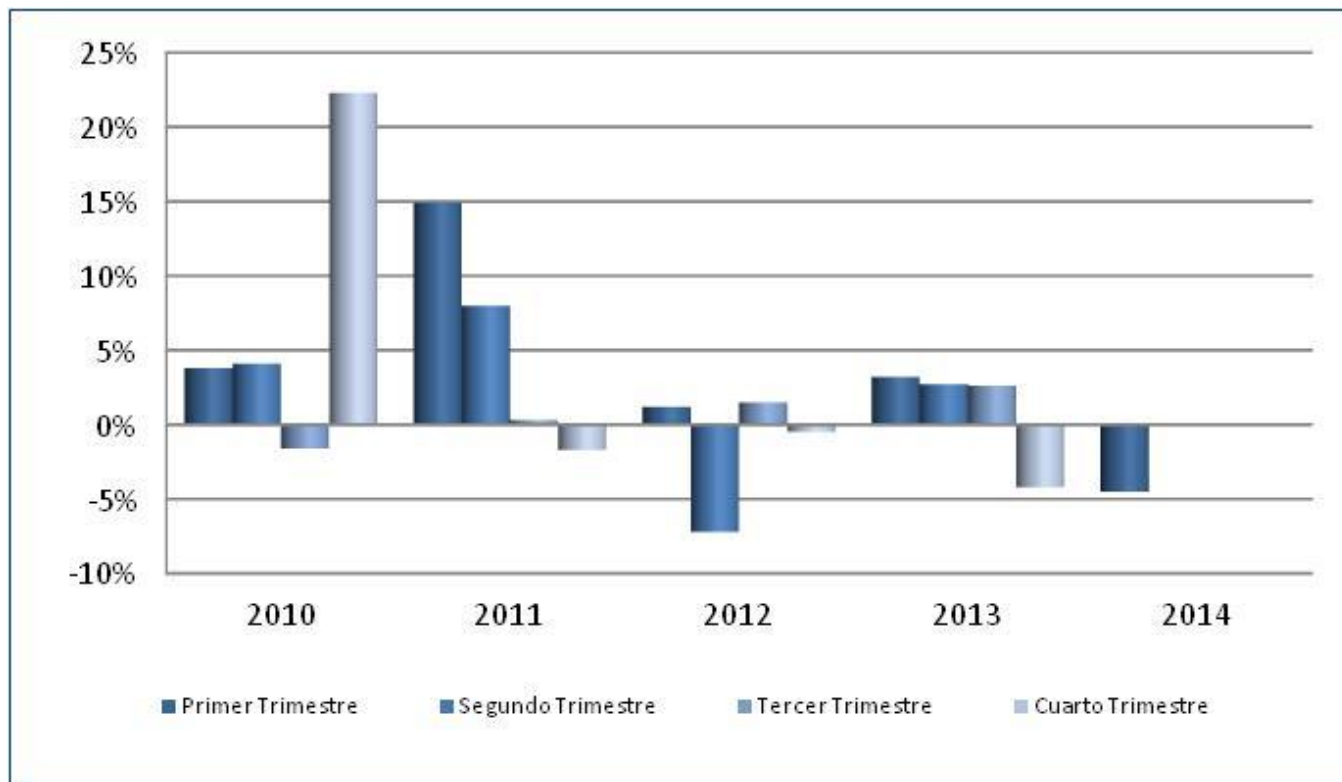
V - ÓPTICAS

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim. III 2014	Trim. IV 2014
Ópticas	6	11	72	-4,2%	-4,5%			
Índice de Precios	-	-	-	3,6%	3,9%			

- ✓ Las ventas en Ópticas se contrajeron por segundo período consecutivo según los datos aportados por el conjunto de empresas informantes.
- ✓ Este resultado negativo, así como las perspectivas pesimistas en cuanto al desempeño futuro constituyen un denominador común para el conjunto de empresas consultadas.

- ✓ Las caída en la demanda, junto con la competencia del comercio informal que opera con costos sustancialmente más reducidos configuran el escenario de preocupación de los empresarios consultados.
- ✓ De acuerdo con la evolución del índice de precios, se puede observar que el mismo ha crecido muy por debajo del costo de los artículos medido en pesos.
- ✓ Las importaciones también mostraron una reducción, que alcanzó 7,9% en el primer trimestre.

VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN ÓPTICAS



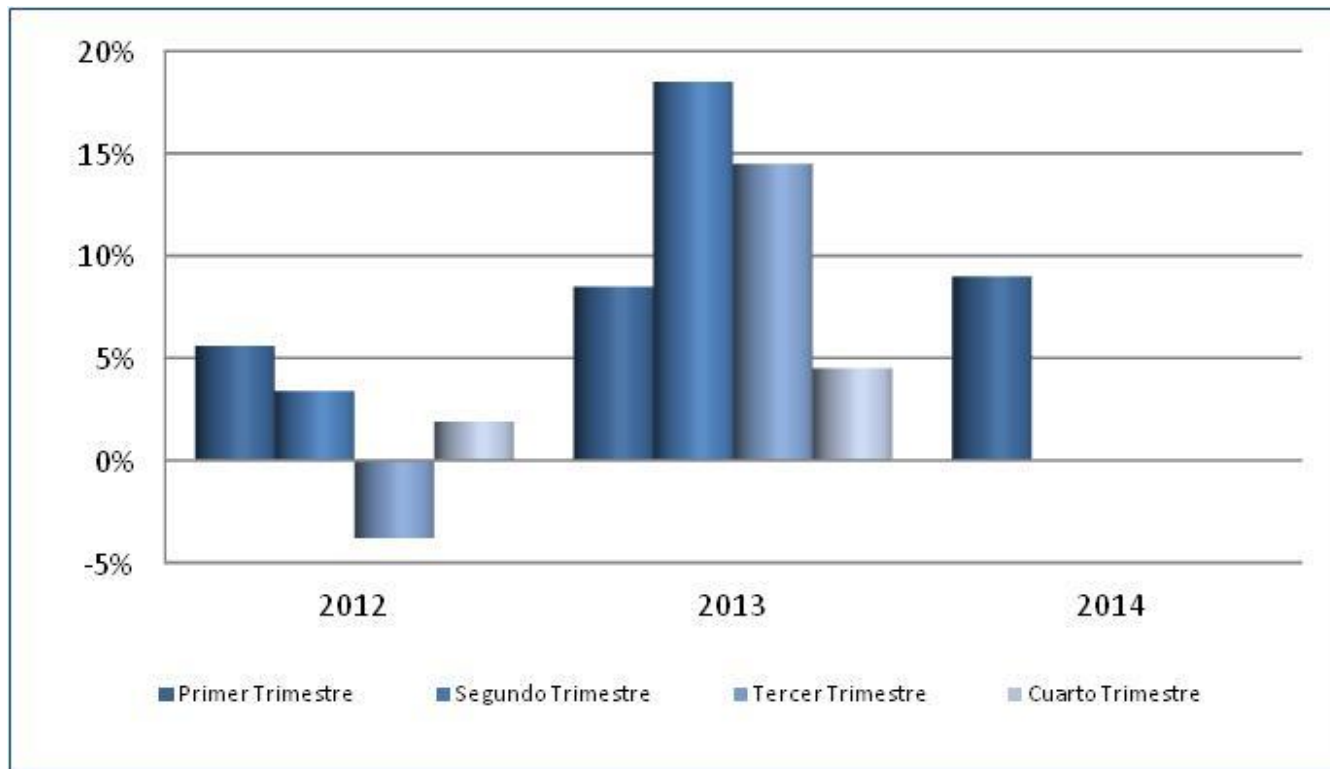
V - JUGUETERÍA

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim. III 2014	Trim. IV 2014
Juguetería	6	22	372	4,5%	9,0%			
Índice de Precios				7,8%	11,1%			

- ✓ Las ventas de artículos de Juguetería evolucionaron de forma positiva en el primer trimestre de 2014 en relación al mismo período del año anterior.
- ✓ De todas formas, si bien los datos muestran un crecimiento de 9,0%, dicho resultado refleja en gran medida el comportamiento de una empresa en particular que está creciendo por encima del promedio del mercado.
- ✓ El grupo del resto de las empresas registrará un desempeño negativo, con una reducción en las ventas reales de 4,6%.

- ✓ Los empresarios consultados advierten que la demanda ha perdido fuerza en los últimos meses, aunque parte de esta contracción responde a la apertura de un nuevo centro comercial, con lo cual las ventas están más distribuidas.
- ✓ Por otra parte, de acuerdo con la opinión de los informantes, el crecimiento de los costos operativos, y el crecimiento en el valor del dólar que afecta los niveles de consumo, si bien no son altamente preocupantes, constituyen un factor a tener en cuenta como condicionante de los resultados para los próximos meses.
- ✓ Se constata que las importaciones cayeron 2,8% en el primer trimestre en relación al mismo período de 2013.

VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN JUGUETERÍAS



VI - SUPERMERCADOS Y COOPERATIVAS DE CONSUMO

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim. III 2014	Trim. IV 2014
Supermercados	7	-	12.355	-1,6%	-3,0%			
Índice de Precios	-	-	-	8,6%	9,8%			

- ✓ Las ventas totales en términos reales en Grandes Cadenas de Supermercados mostraron una nueva caída en el primer trimestre, que alcanzó en esta oportunidad -3,0% en relación al mismo período de 2013.

- ✓ Hay que destacar que en esta oportunidad, para lograr una mayor desagregación por rubros, se realizó una nueva categorización de los artículos y así poder obtener datos más precisos.
- ✓ El comportamiento del nivel de precios obtenido a partir de la agregación de los principales artículos que componen la oferta del sector, continuó creciendo por encima de la inflación debido al fuerte componente del rubro alimenticio, a lo que se le sumó la incidencia que tuvo el aumento en el valor del dólar sobre el precio de los productos de carácter importado.
- ✓ Asimismo, se observa una caída en términos reales en la mayoría de los rubros considerados, como se puede observar en el siguiente cuadro.

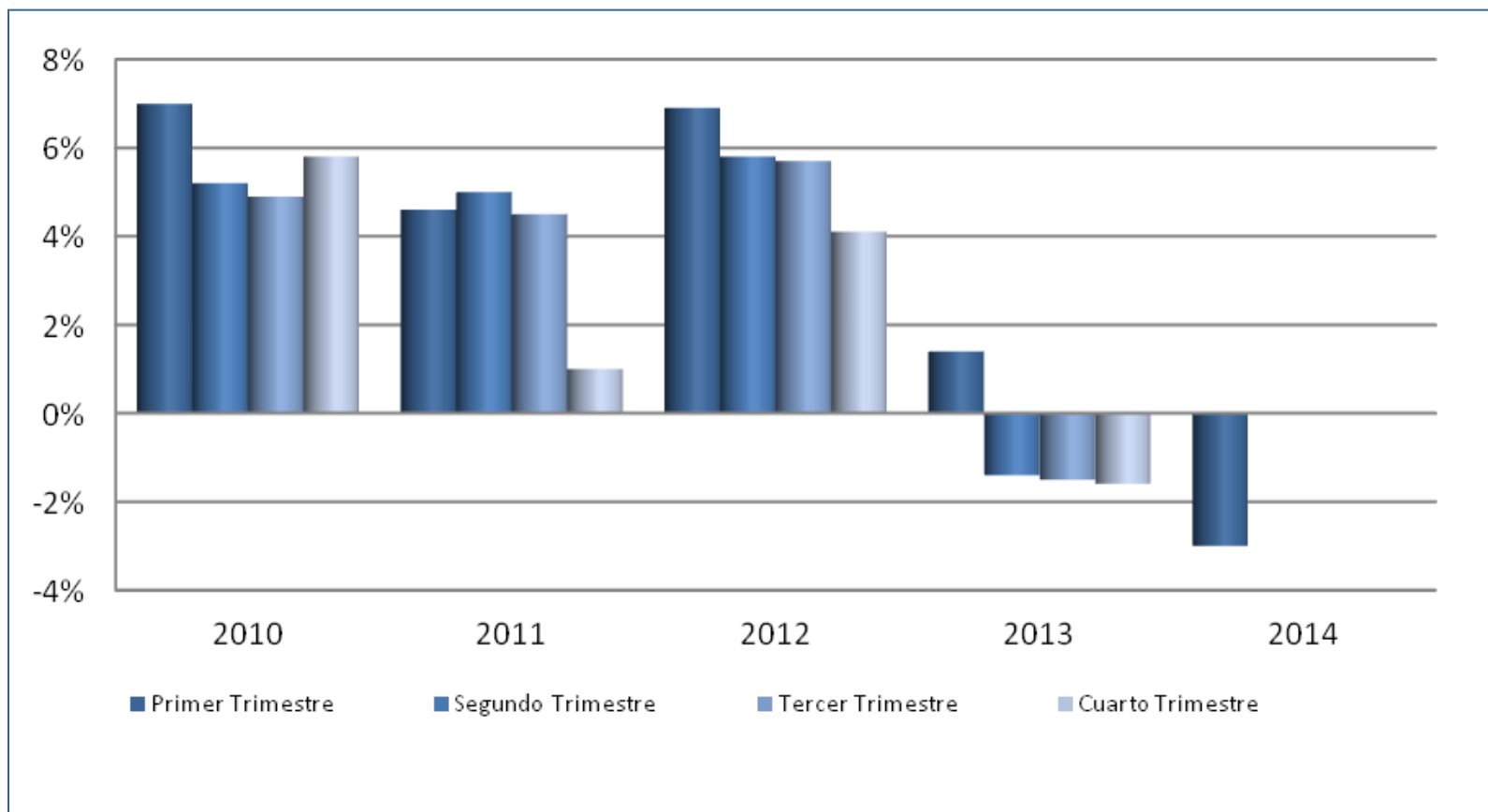
- ✓ El siguiente cuadro presenta la evolución de las ventas del primer trimestre de 2014 en relación al mismo período de 2013.

Rubros	Trim. I 2014	Trim II 2014	Trim. III 2014	Trim. IV 2014
Alimentos no perecederos	-0,3%			
Alimentos perecederos y/o Congelados	-2,8%			
Panadería, Rotisería, Comidas Elaboradas	-1,0%			
Refrescos y Bebidas alcohólicas	-1,7%			
Limpieza del hogar	2,0%			
Informática, Imagen, Audio, Video	-4,7%			
Grandes electrodomésticos	12,9%			
Otros artículos del hogar	-12,8%			

Rubros	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim. III 2014	Trim. IV 2014
Bazar	11,8%			
Cosmética y Perfumería	-3,6%			
Juguetería	-8,3%			
Librería y papelería	2,1%			
Ferretería	-5,8%			
Vestimenta	-0,9%			
Calzado	10,0%			
Otros	-21,5%			

- ✓ Como surge del cuadro, los menores niveles de venta se observan en la mayoría de los rubros considerados, aunque existen algunas diferencias en las tasas de variación de algunos rubros con respecto a lo que sucede en los comercios especializados del ramo. Tal es el caso de Artículos de bazar, y de Grandes electrodomésticos.
- ✓ También se observa una leve caída en las ventas de Alimentos y Bebidas tal como ha venido ocurriendo en informes anteriores.
- ✓ Por otro lado, si bien los locales comerciales permanecieron abiertos durante las semanas de Carnaval y de Turismo, la menor afluencia de público que se produce en general en estas fechas puede haber tenido un efecto en la comparación interanual teniendo en cuenta que los datos corresponden únicamente a la ciudad de Montevideo.

VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN SUPERMERCADOS Y COOPERATIVAS



VII - VESTIMENTA

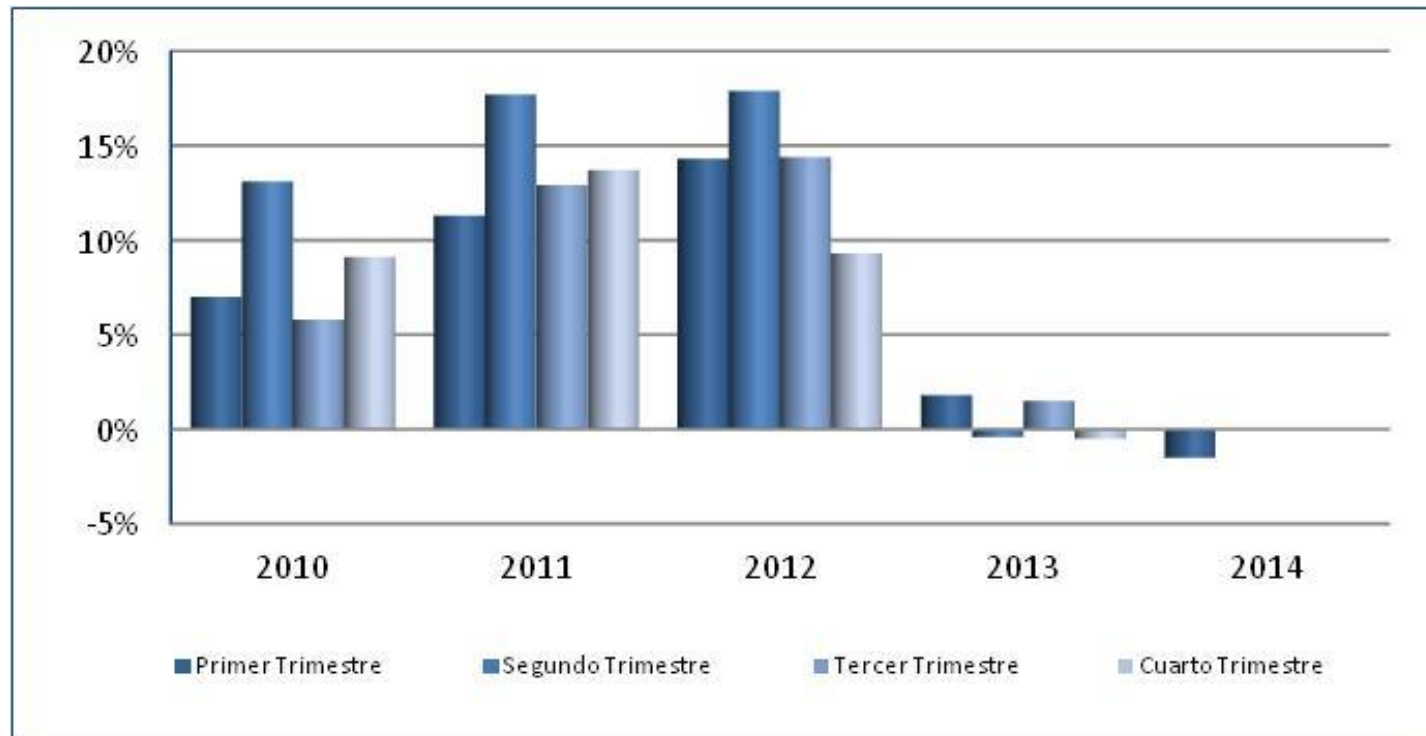
	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim. III 2014	Trim. IV 2014
Vestimenta Dama	8	97	1.244	-0,5%	-1,5%			
Vestimenta Caballero	6	35	306	-6,2%	-5,3%			
Índice de Precios	-	-	-	5,0%	2,7%			

- ✓ La venta de Vestimenta en términos globales mostró un nuevo retroceso en el primer trimestre del año y continúa exhibiendo un resultado negativo en sus niveles de ventas.
- ✓ El sector Vestimenta Femenina cuyos resultados ya habían sido muy magros durante el año 2013, comienza el año con una profundización en la caída de sus ventas.

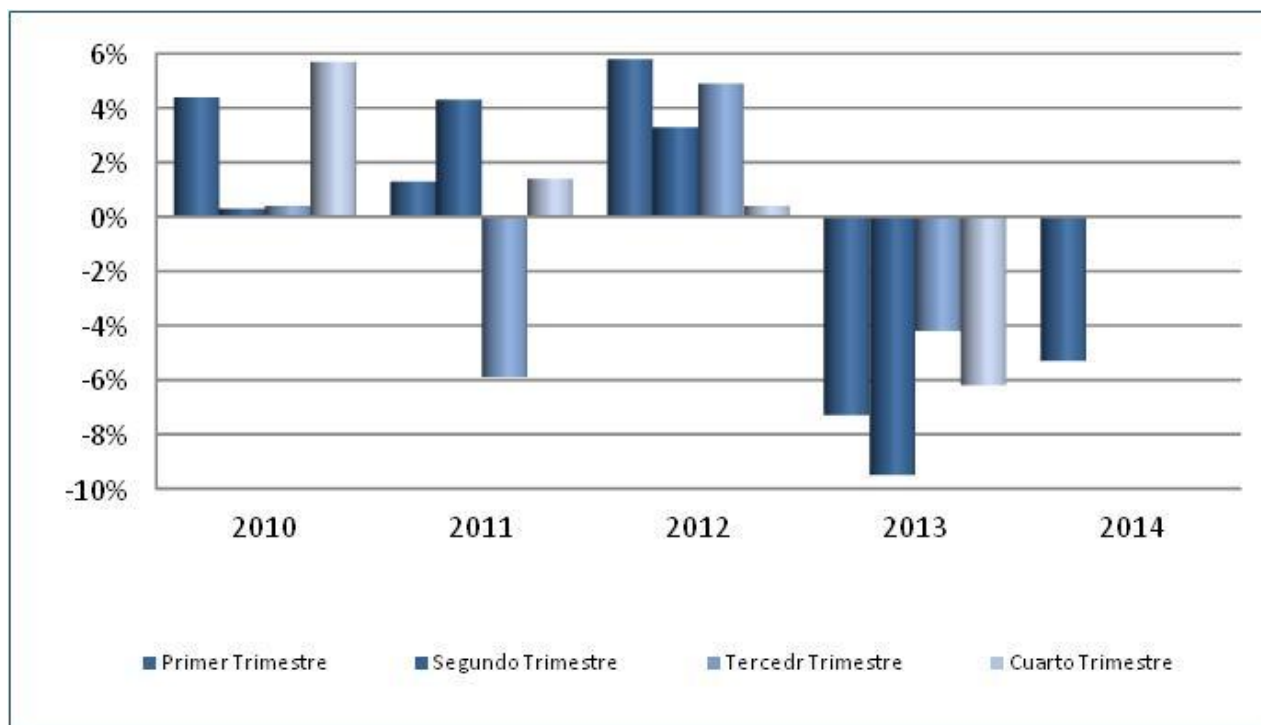
- ✓ Las ventas de Vestimenta Masculina continúan registrando tasas de variación negativa, esta situación a su vez persiste ya desde hace más de un año.
- ✓ De acuerdo a la opinión de los informantes consultados, en esta oportunidad la incidencia de las compras en Argentina ha perdido fuerza, producto de la apreciación cambiaria en Uruguay, y del crecimiento en el nivel de precios en Argentina. Es así que, a partir del mes de agosto del año pasado, este elemento fue perdiendo fuerza como explicación del menor desempeño de las ventas en el mercado local.
- ✓ Por otro lado la inauguración en el pasado año, de un nuevo centro comercial de relevancia en la ciudad restó ventas en otros puntos de la ciudad, intensificando la competencia a partir de la apertura de nuevos centros comerciales.

- ✓ Este elemento se traduce en una subestimación en la variación real de ventas, en la medida que el presente informe, al comparar lo sucedido en los mismos locales en ambos años, no recoge el efecto derivado de la existencia de un mayor número de puntos de venta.
- ✓ Otro elemento a tener en cuenta son las compras en el exterior mediante envío por encomiendas, las cuales han tenido un crecimiento muy importante en los últimos tiempos. Según estimaciones propias, del total de mercadería que ingresa al país bajo esta modalidad, aproximadamente un 60% es vestimenta.
- ✓ De esta forma la percepción que predomina en los informantes consultados es que las ventas se han contraído de forma clara, y las expectativas apuntan a recuperar al menos parte de la caída registrada el pasado año.
- ✓ Por otro lado los precios mostraron nuevamente, un crecimiento moderado.

VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN VESTIMENTA PARA DAMA



VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN VESTIMENTA PARA CABALLERO

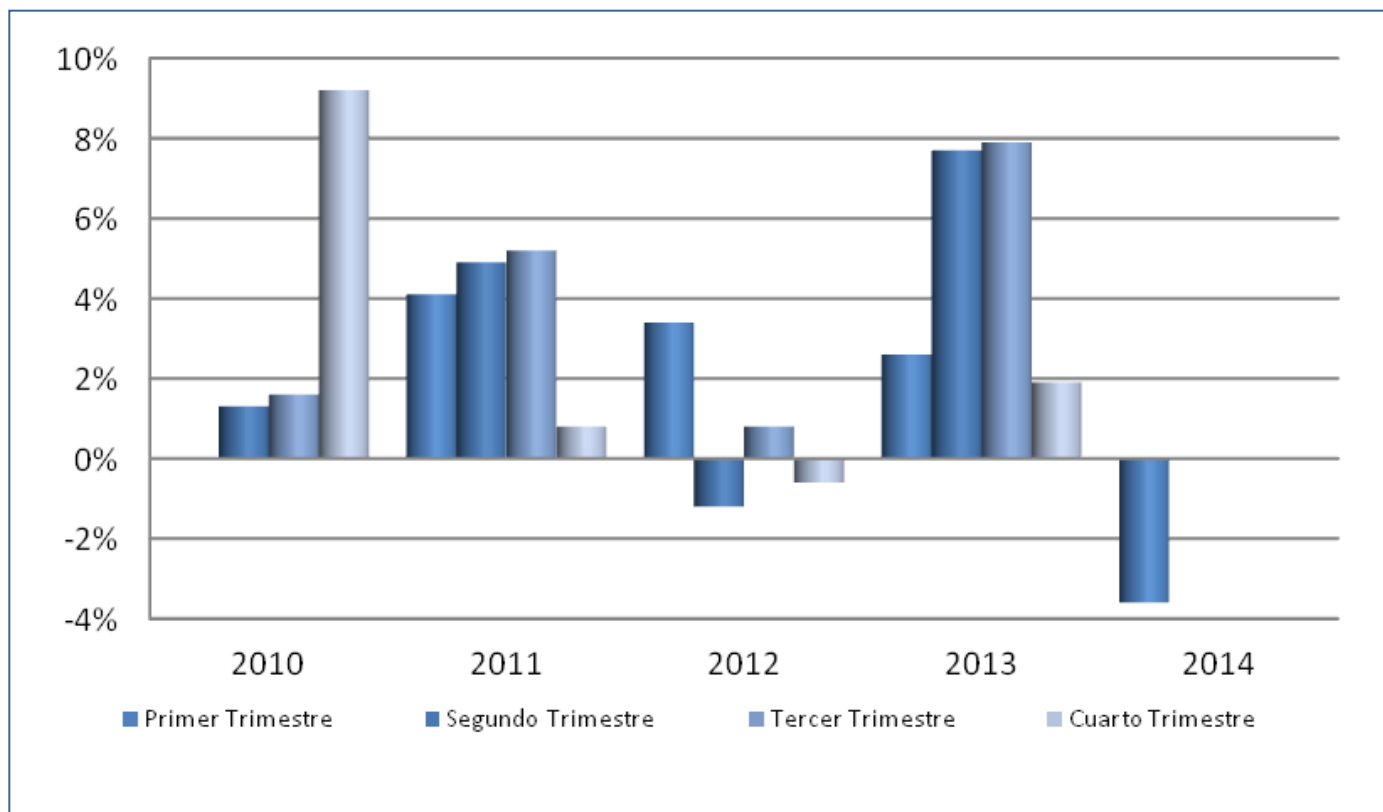


VIII - CALZADO

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim III 2014	Trim IV 2014
Calzado	4	16	112	1,9%	-3,6%			
Índice de Precios	-	-	-	0,1%	1,6%			

- ✓ Se observó en esta oportunidad una caída en las ventas reales de Calzado en el conjunto de empresas consultadas.
- ✓ De acuerdo con la información obtenida, las ventas se han venido debilitando, producto de una reducción en los niveles de demanda de parte del público, y la mayor competencia también como consecuencia de la apertura de nuevos locales comerciales.

VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN CALZADO



Otros Bienes

I - AUTOS Y CAMIONES

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim III 2014	Trim IV 2014
Autos y Camionetas 0 KM*	-	-	-	37,9%	5,0%			
Camiones y Ómnibus 0 KM*	-	-	-	-10,0%	6,7%			

Fuente: ASCOMA. * Datos correspondientes al total del país

- ✓ Las ventas de Automóviles 0KM (primera venta a concesionarios) crecieron de forma moderada en el primer trimestre del año luego del fuerte incremento observado en la comparación interanual correspondiente al cierre del pasado año en cuya fluctuación influyó la modificación de la tasa de IMESI aplicada en el año 2012.

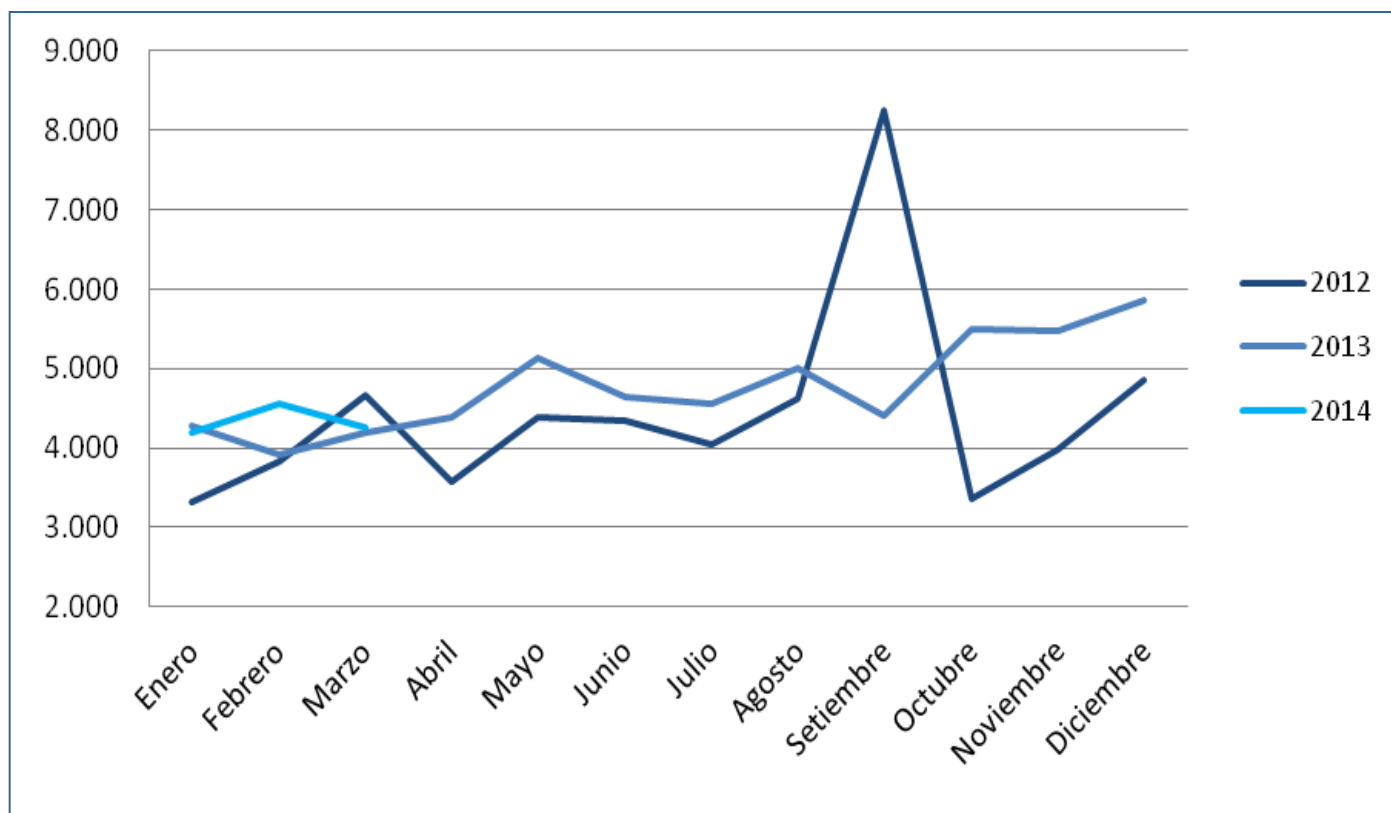
- ✓ Las ventas de Automóviles 0Km, que registraron un importante crecimiento fundamentalmente durante 2010 y 2011, se han venido estabilizando en niveles superiores a las 50.000 unidades anuales, lo cual indica el buen momento por el que atraviesa el sector.
- ✓ Al igual que en períodos anteriores, continúa presente el proceso de penetración y consolidación de marcas de origen chino. A pesar de que las grandes marcas continúan liderando el mercado, su participación en el total de ventas continúa reduciéndose.
- ✓ En efecto, mientras que en 2009 las principales marcas ocupaban más de las dos terceras partes de las ventas totales, en el primer trimestre de 2014 dicho porcentaje pasó a poco más de la mitad del total de ventas.
- ✓ Para este año, se espera mantener los niveles de venta de años anteriores.

VENTA DE AUTOMÓVILES A CONCESIONARIOS* (en unidades)

Año	Trim. I	Trim. II	Trim. III	Trim. IV	Acum.
2012	11.803	12.307	16.928	12.195	53.233
2013	12.384	14.164	13.972	16.813	57.333
2014	13.005				

Fuente: ASCOMA. * Datos correspondientes al total del país

VENTA DE AUTOMÓVILES A CONCESIONARIOS* (en unidades)



Fuente: ASCOMA. * Datos correspondientes al total del país

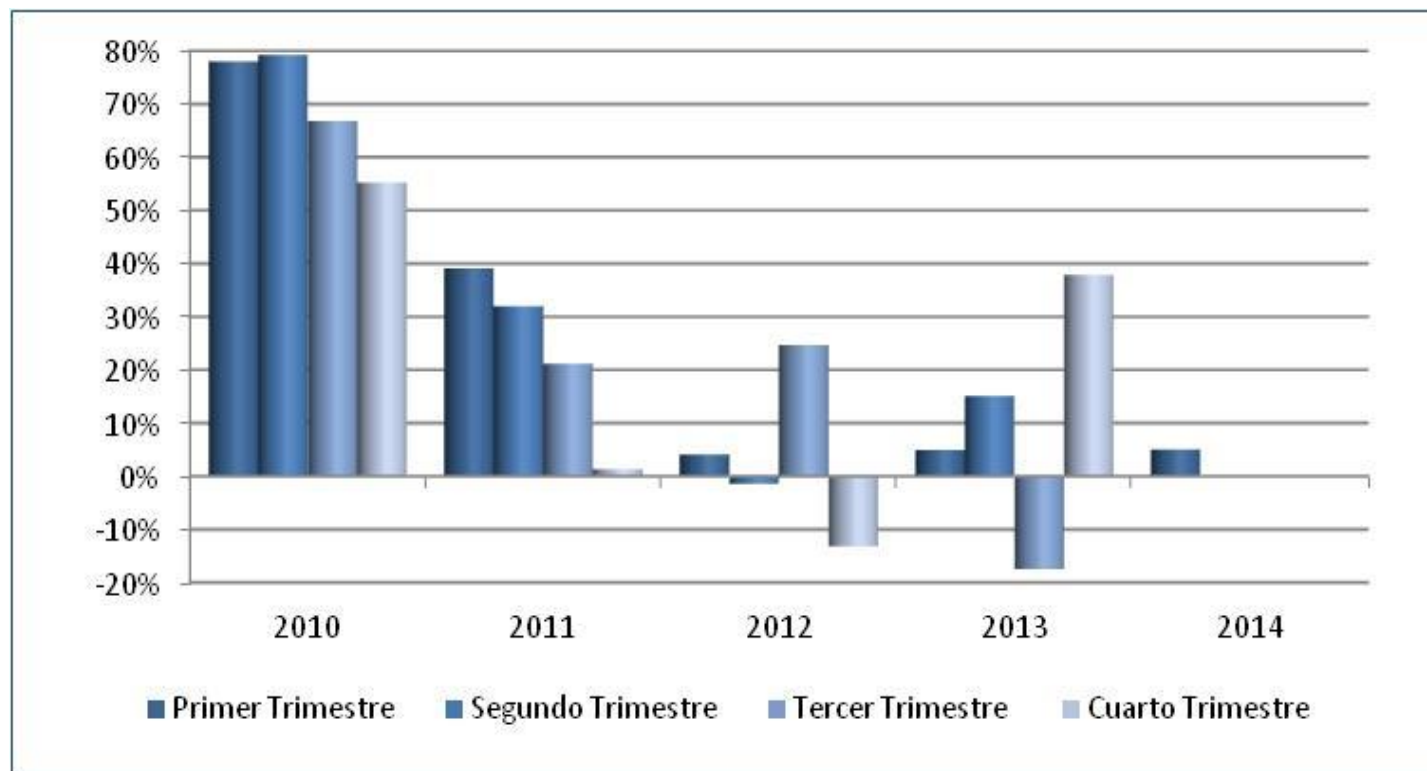
PARTICIPACIÓN DE LAS DISTINTAS MARCAS EN EL TOTAL DE VENTAS DE AUTOMÓVILES VENDIDOS A CONCESIONARIOS*

Grupos de Marcas	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Principales Marcas**	66,94%	66,07%	61,44%	58,29%	54,20%	50,76%
Marcas Chinas	11,06%	14,42%	17,46%	16,30%	18,90%	21,97%
Otras Marcas	22,00%	19,51%	21,10%	25,41%	26,90%	27,27%
Total de Ventas	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: ASCOMA. * Datos correspondientes al total del país

**Chevrolet, Citroen, Fiat, Ford, Hyundai, Peugeot, Renault y Volkswagwen

VARIACIÓN REAL DE VENTAS DE AUTOMÓVILES Y CAMIONETAS 0KM*



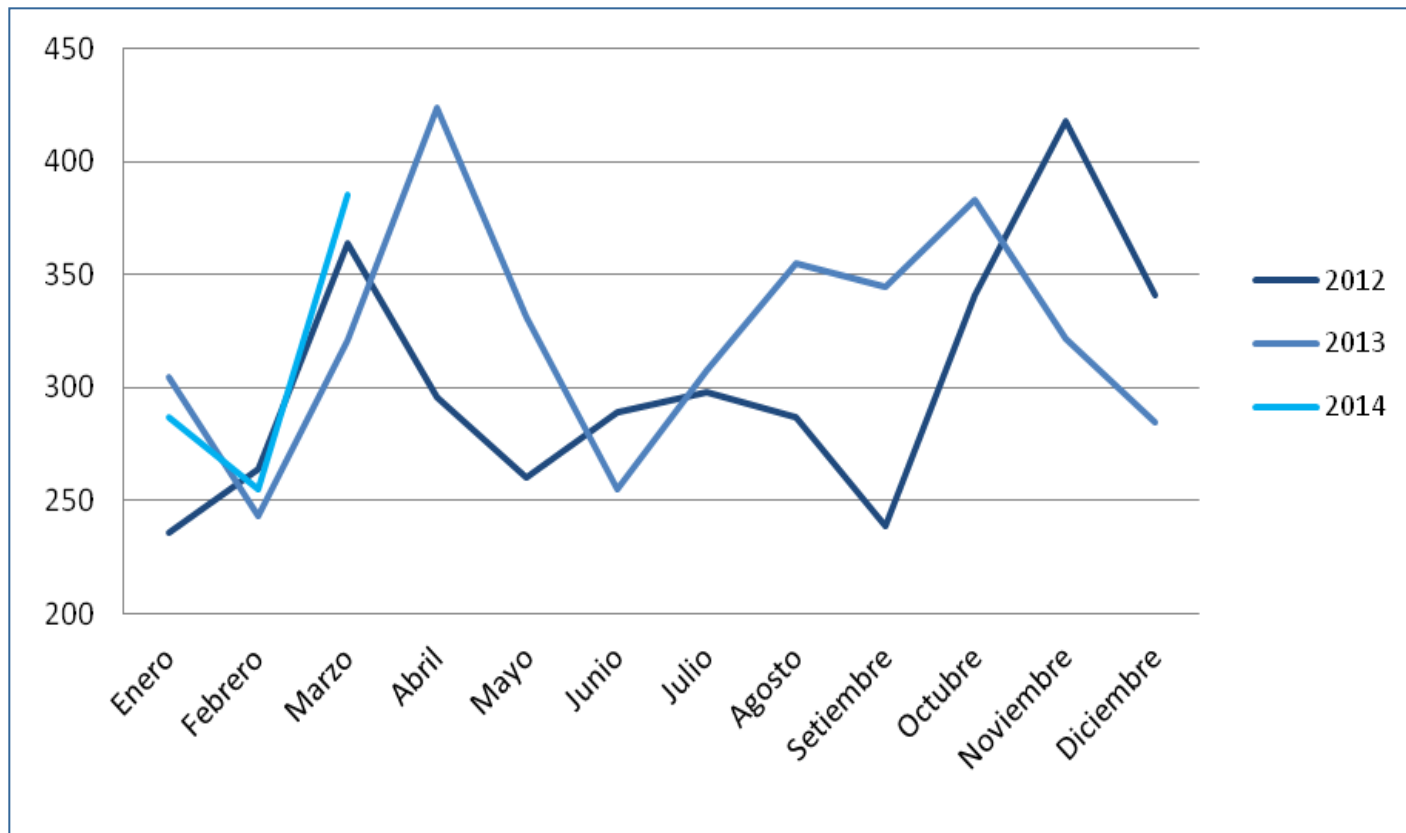
Fuente: ASCOMA. * Datos correspondientes al total del país

VENTA DE CAMIONES A CONCESIONARIOS* (en unidades)

Año	Trim. I	Trim. II	Trim. III	Trim. IV	Acum.
2012	864	845	824	1100	3.633
2013	869	1.010	1.008	990	3.877
2014	927				

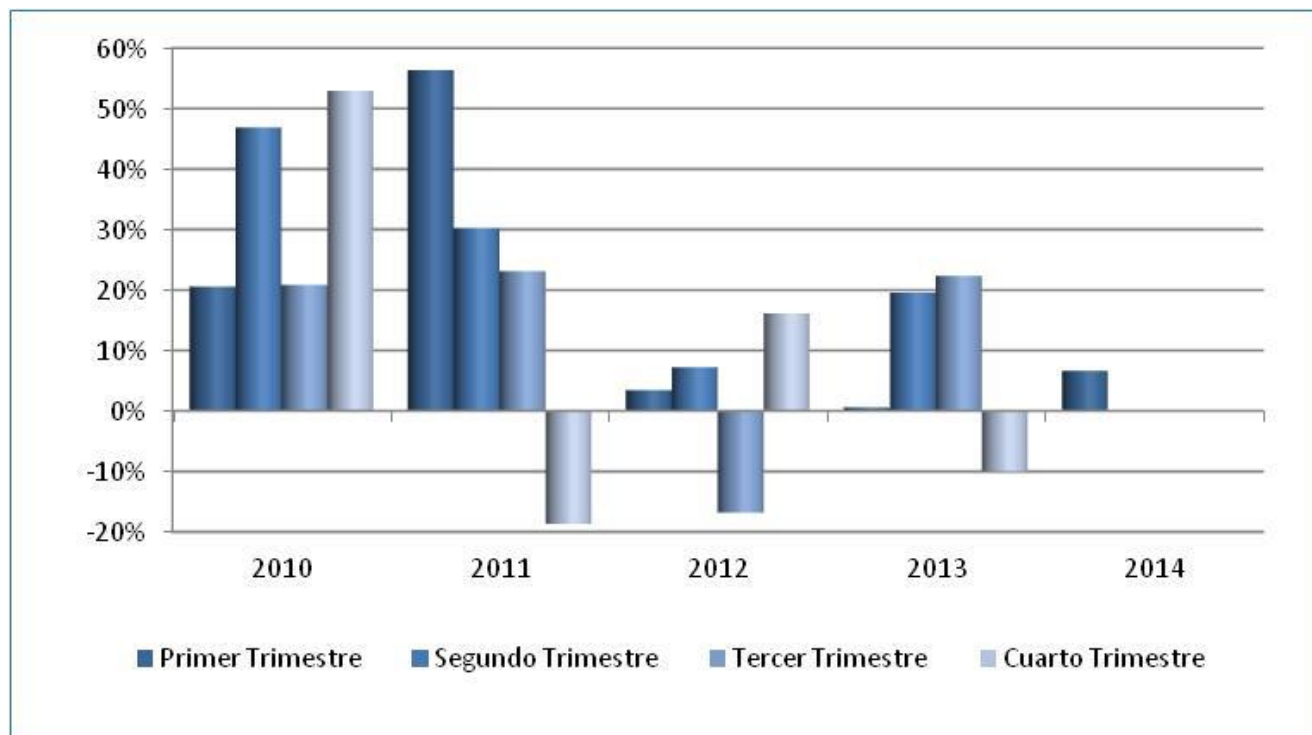
Fuente: ASCOMA. * Datos correspondientes al total del país

VENTA DE CAMIONES A CONCESIONARIOS* (en unidades)



Fuente: ASCOMA. * Datos correspondientes al total del país

VARIACIÓN REAL DE VENTAS DE CAMIONES Y ÓMNIBUS 0KM*



Fuente: ASCOMA. * Datos correspondientes al total del país

II - MOTOCICLETAS

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim III 2014	Trim IV 2014
Ciclomotor Hasta 50cc	-	-	-	-48,5%	-65,8%			
Motocicleta Hasta 125cc	-	-	-	-14,6%	-18,6%			

Fuente: Información Aduanas. Datos corresponden a unidades importadas

- ✓ Con el objetivo de tener información completa del mercado de los transportes de personas, a partir del presente informe se incorpora información sobre la evolución de la cantidad de unidades que ingresan al mercado local de motos: ciclomotor hasta 50cc y motocicleta hasta 125cc.

- ✓ La importación de Motocicletas y Ciclomotores, medida en unidades, ha sufrido una fuerte contracción en tanto en el primer trimestre del año de acuerdo a la información proporcionada por la Dirección de Aduanas.
- ✓ Es importante destacar que la información de importaciones no corresponde directamente con la venta al público que realizan las empresas dado que las variaciones por manejo de stock pueden ser significativas.
- ✓ Al mismo tiempo los principales importadores si bien comercializan directamente al público, parte de las ventas es destinada a otros comercios generando mayor distorsión entre lo que es la cantidad de unidades importadas, y la venta efectiva al público.

- ✓ De todas maneras, se pueden observar los datos en términos de tendencia, los cuales muestran que la venta se ha desacelerado notoriamente en los últimos tiempos, luego del muy buen crecimiento de años anteriores.

IMPORTACIÓN DE CICLOMOTORES HASTA 50cc (en unidades)

Año	Trim. I	Trim. II	Trim. III	Trim. IV	Acum.
2012	1.012	474	786	1.492	3.764
2013	803	604	1.754	768	3.929
2014	275				275

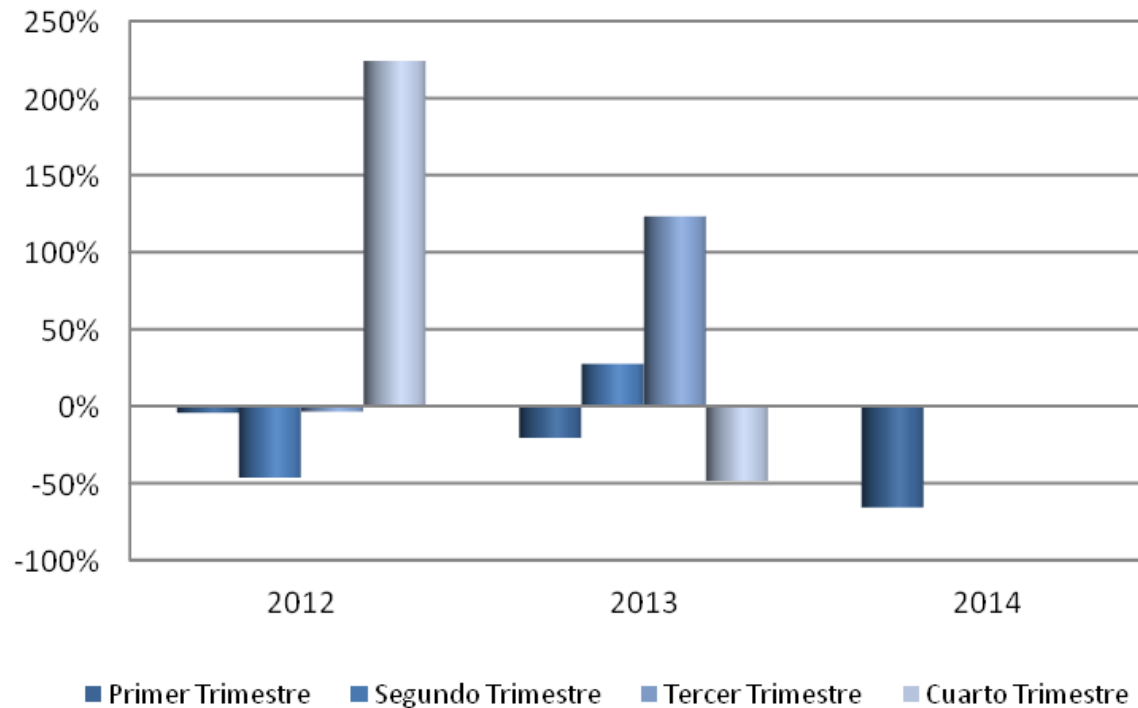
Fuente: Información Aduanas. Datos corresponden a unidades importadas

IMPORTACIÓN DE MOTOCICLETAS HASTA 125cc (en unidades)

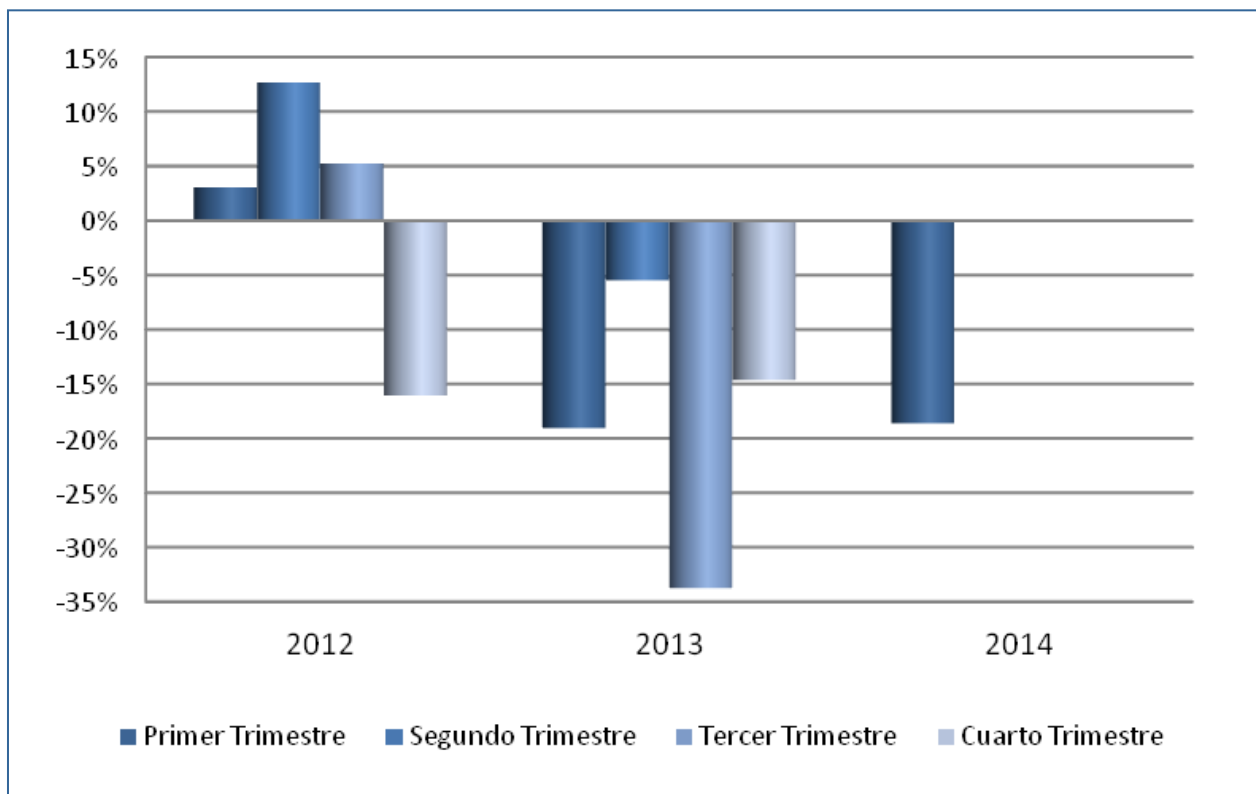
Año	Trim. I	Trim. II	Trim. III	Trim. IV	Acum.
2012	21.164	23.059	18.918	18.676	81.817
2013	17.133	21.798	12.536	15.945	67.412
2014	13.946				13.946

Fuente: Información Aduanas. Datos corresponden a unidades importadas

VARIACIÓN REAL DE VENTAS CICLOMOTORES HASTA 50CC



VARIACIÓN REAL DE VENTAS DE MOTOCICLETAS HASTA 125CC



III - BARRACAS

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim III 2014	Trim IV 2014
Barracas	5	9	199	-4,3%	-0,4%			
Índice de Precios	-	-	-	8,5%	9,0%			

- ✓ Las ventas en Barracas, mostraron nuevamente una caída en el primer trimestre en relación a igual período de 2013, aunque en esta oportunidad la misma fue poco significativa.
- ✓ Hay que tener en cuenta en este caso, que el mes de marzo significó una semana más de venta en comparación al año anterior, producto de la diferencia en las fechas de celebración de la Semana de Turismo, y por lo tanto de la licencia de la construcción entre un año y otro.

- ✓ Como se ha comentado en informes anteriores, ya que las ventas registradas durante los años previos mostraron muy buenos valores, era esperable que las ventas se redujeran ante una menor actividad de la economía en general.
- ✓ El resultado del sector está estrechamente vinculado con las condiciones que ofrezca la economía en cuanto a la posibilidad de atraer inversiones en el sector de la construcción, y en las obras de infraestructura que se realicen a nivel del sector público.
- ✓ En el primer caso, las mismas se han visto afectadas en alguna medida, por las restricciones impuestas por el gobierno argentino.

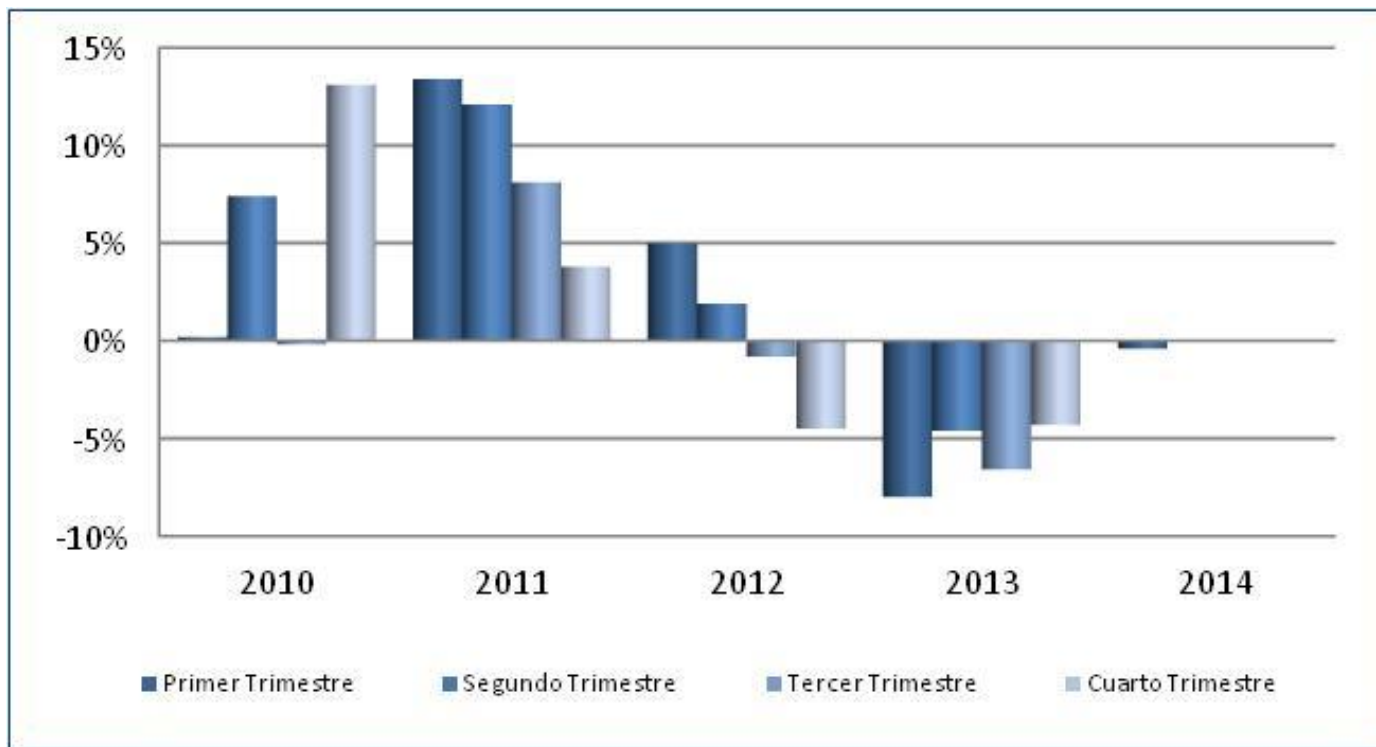
- ✓ De todas formas de acuerdo a los datos de Cuentas Nacionales correspondientes al cuarto trimestre, el sector de la Construcción mostró un crecimiento de 2,6% en términos interanuales explicado por un incremento en las inversiones del sector público que en parte fue contrarrestado por una contracción de las privadas.
- ✓ El comportamiento de los precios continúa mostrando un crecimiento sostenido según la información del INE para el grupo Materiales para la Conservación y Reparación de la Vivienda. En esta oportunidad el crecimiento fue de 9,0%.

✓ Se observan crecimientos sostenidos en los precios de los principales rubros asociados a la Construcción:

Productos	Trim. IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim. III 2014	Trim. IV 2014
Hormigón Armado	10,7%	13,8%			
Albañilería	11,8%	13,2%			
Carpintería	11,7%	8,9%			
Aluminio	5,0%	4,6%			
Herrería	9,7%	11,5%			
Eléctrica	7,7%	10,8%			
Sanitaria	10,2%	13,0%			
Grifería	6,4%	11,9%			
Vidrio	5,2%	6,5%			

Fuente: INE

VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN BARRACAS



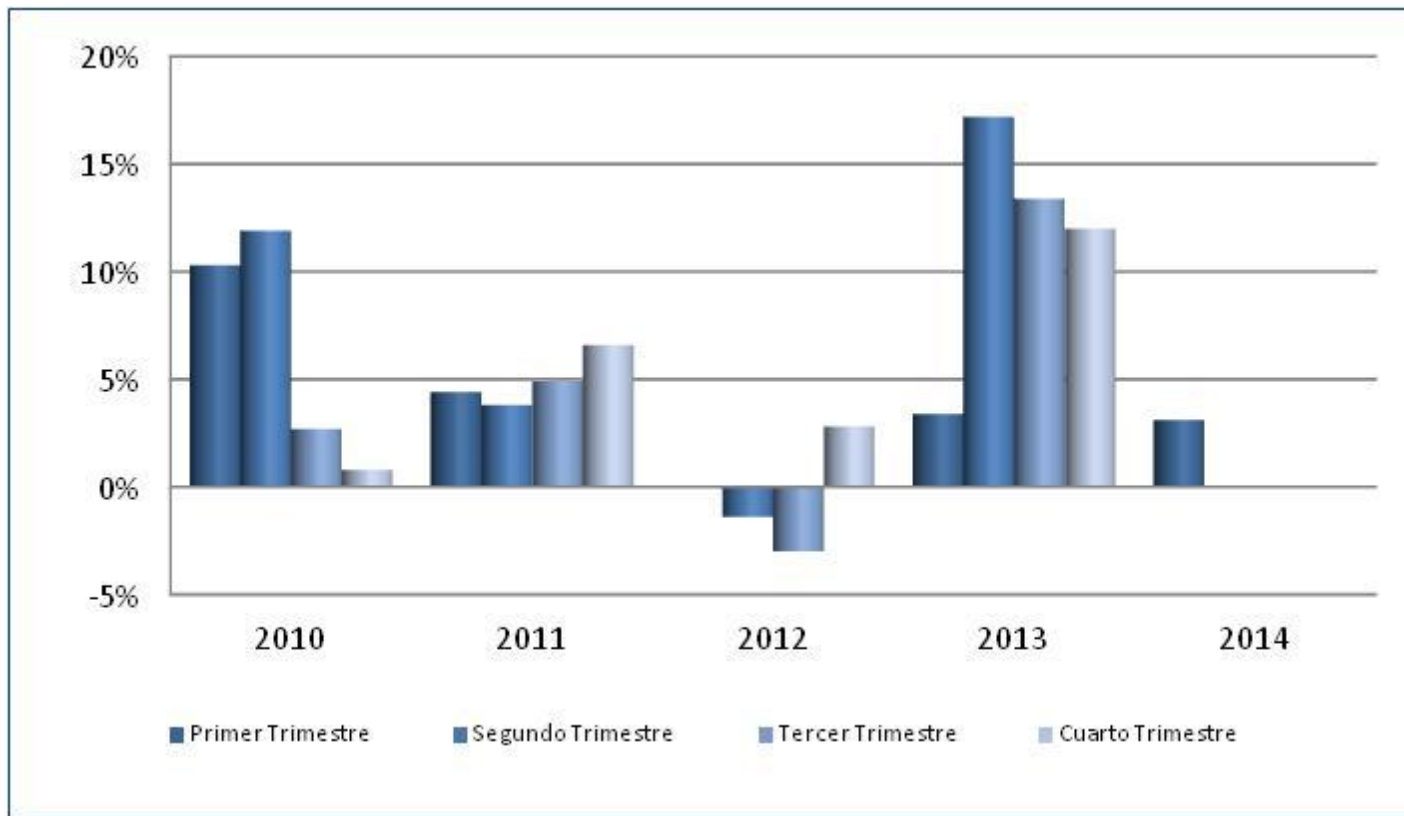
IV – REPUESTOS AUTOMOTRICES

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim III 2014	Trim IV 2014
Repuestos Automotrices	6	10	186	12,0%	3,1%			
Índice de Precios	-	-	-	8,9%	13,4%			

- ✓ Las ventas reales del sector, mantienen un crecimiento moderado, aunque con una reducción significativa en la tasa de crecimiento interanual respecto a períodos previos.
- ✓ Algunas empresas indican incluso que se ha registrado en el período una reducción en valores corrientes de ventas en relación a un año atrás.

- ✓ Asimismo, el nivel de precios de los artículos se ha incrementado de manera importante siguiendo la evolución del dólar y del euro, divisas de referencia para las importaciones del sector, cuyo crecimiento ha sido relevante en el período.
- ✓ De acuerdo con la consulta realizada, las expectativas para el presente año son de deterioro de la actividad, debido al encarecimiento de los artículos importados, y a las dificultades existentes a nivel de Mercosur donde surgen constantemente, disposiciones que afectan el libre comercio y encarecimiento en los costos de transacción.
- ✓ Por su parte, las importaciones mostraron un crecimiento de 5,3% en el primer trimestre.

VARIACIÓN REAL DE VENTAS DE REPUESTOS AUTOMOTRICES



III – MAQUINARIA AGRÍCOLA

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim. III 2014	Trim. IV 2014
Maquinaria Agrícola*	-	-	-	2,0%	16,4%			

Fuente: CITRAMA.

* Datos correspondientes al total del país

- ✓ Las ventas de Maquinaria Agrícola (Tractores y Cosechadoras), aumentaron en el comienzo del año en relación a lo ocurrido en 2013 de acuerdo a los datos proporcionados por CITRAMA.
- ✓ En concreto, en el primer trimestre se vendieron 254 tractores y 37 cosechadoras, frente a las 206 y 38 respectivamente vendidas un año antes, lo que muestra que la inversión en la actividad continúa siendo importante.

- ✓ De todas formas, el crecimiento en la importación y ventas de Maquinaria Agrícola se ha moderado notoriamente en relación a los años anteriores como se puede observar en el cuadro correspondiente a las unidades vendidas.
- ✓ De acuerdo a los datos de Cuentas Nacionales del Banco Central correspondientes al cuarto trimestre, las actividades primarias continúan evolucionando de manera positiva. En dicho período, el crecimiento interanual en volumen físico alcanzó el 2,0%, con un buen desempeño del sector agrícola.
- ✓ Al mismo tiempo el precio internacional de las materias primas se mantiene en niveles elevados, a pesar de cierta tendencia a la baja observada en algunos productos en particular.

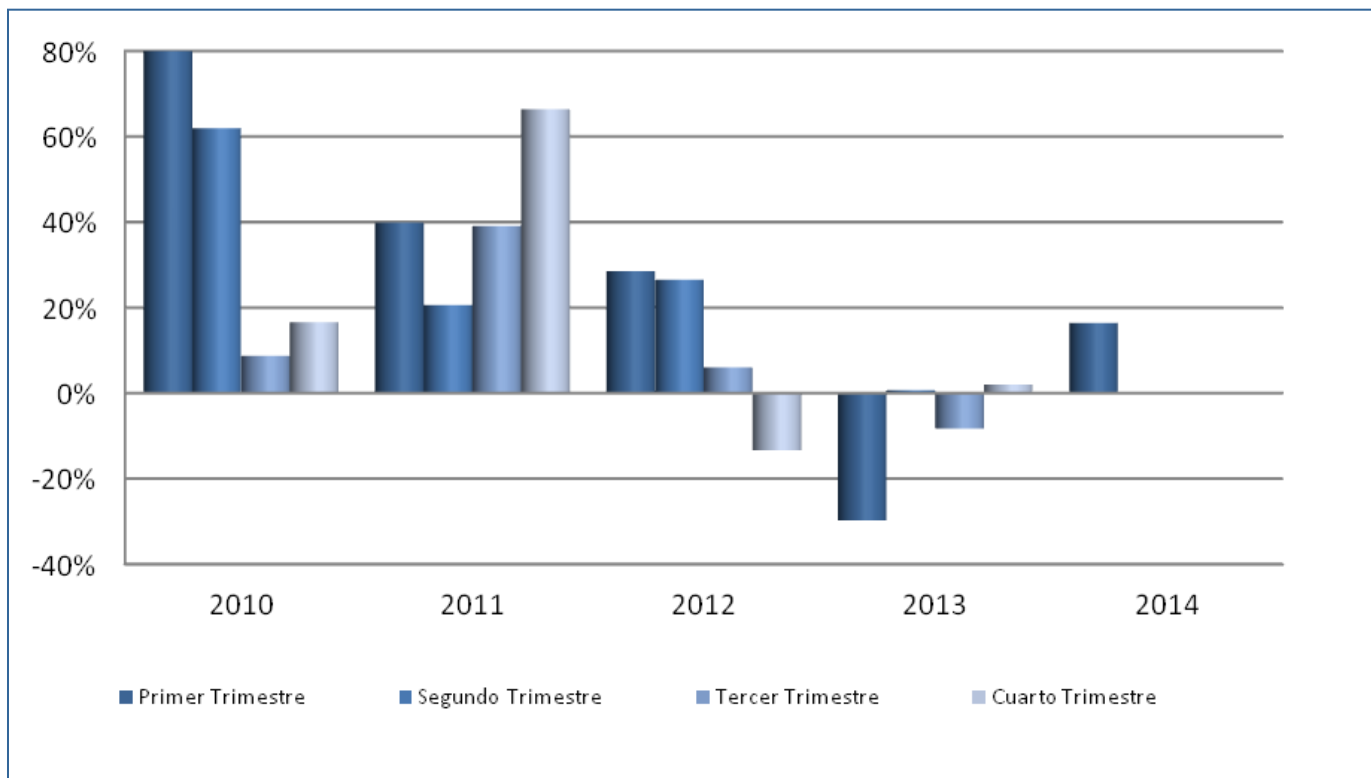
VENTAS DE MAQUINARIA AGRÍCOLA* (en unidades)

Año	Trim. I	Trim. II	Trim. III	Trim. IV	Acum.
2012	356	415	385	395	1.551
2013	250	418	353	403	1.322
2014	291				

Fuente: CITRAMA.

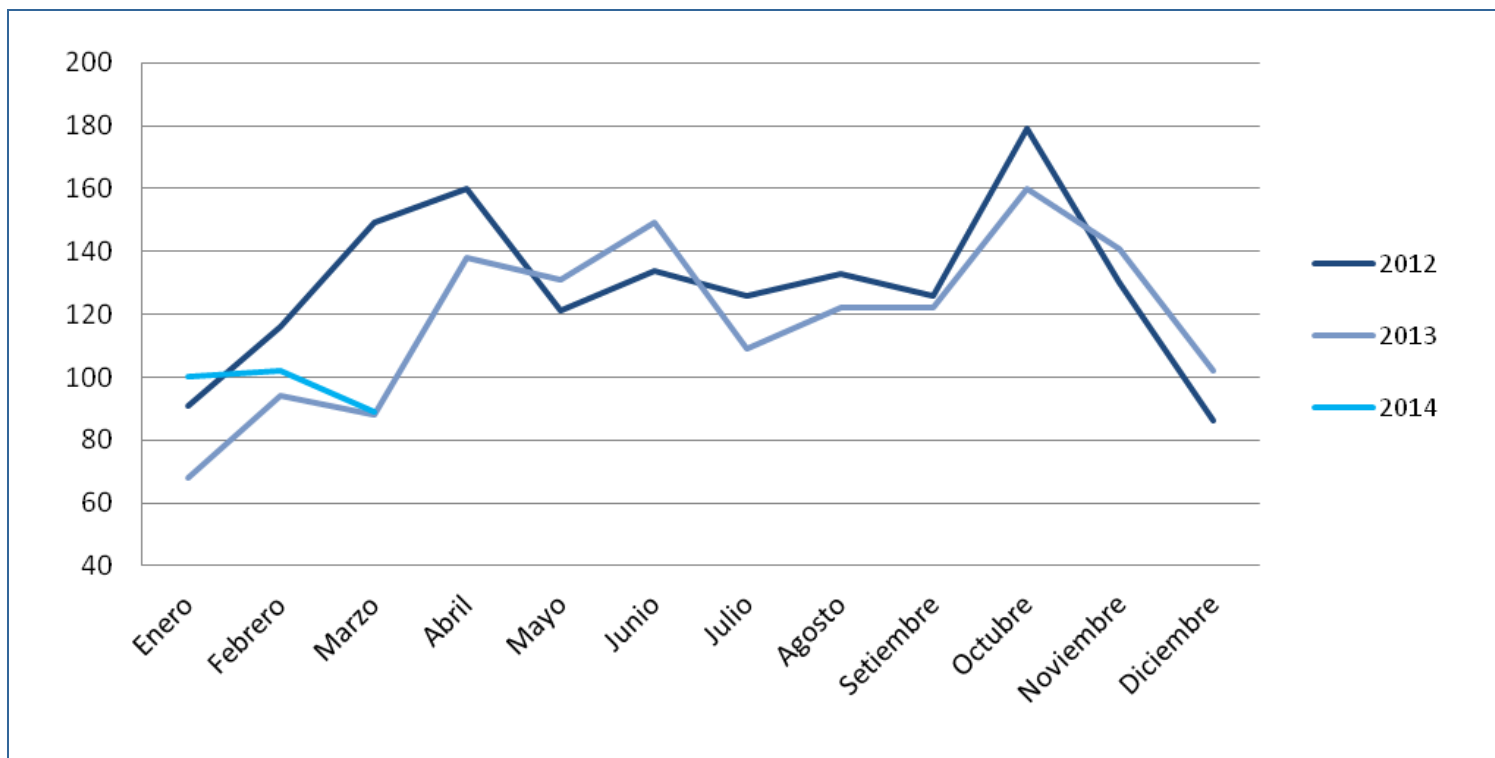
* Datos correspondientes al total del país .

VARIACIÓN REAL DE VENTAS DE MAQUINARIA AGRÍCOLA*



Fuente: CITRAMA. *Datos correspondientes al total del país

VENTAS DE MAQUINARIA AGRÍCOLA* (en unidades)



Fuente: CITRAMA. *Datos correspondientes al total del país

Servicios

I – AGENCIAS DE VIAJE

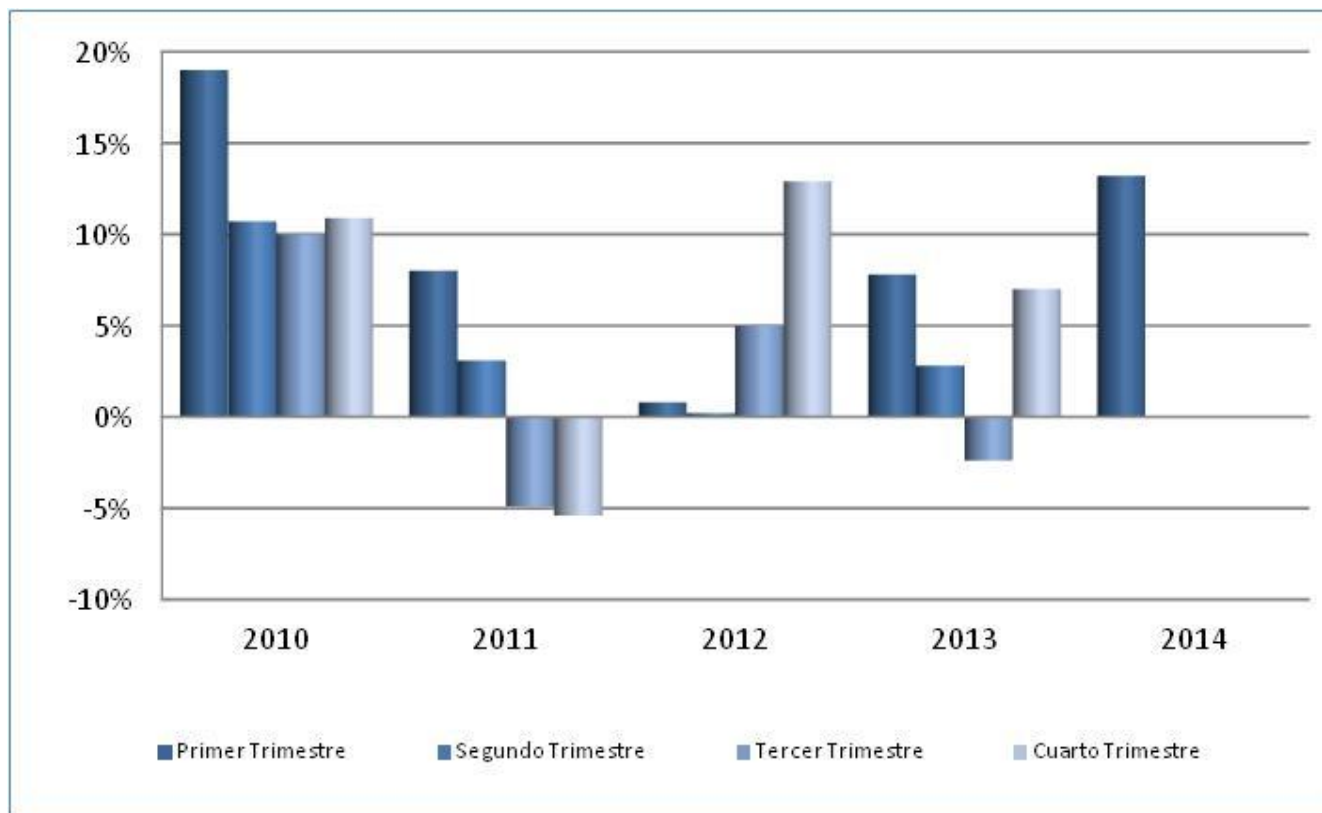
	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim III 2014	Trim IV 2014
Agencias de Viaje	3	6	145	7,0%	13,2%			
Índice de Precios	-	-	-	9,0%	12,9%			

- ✓ Según los datos proporcionados por las empresas, se observó un crecimiento de 13,2% en las ventas del sector, el cual continúa mostrando un buen desempeño en los últimos meses.
- ✓ El nivel de precios de servicios turísticos se aceleró de acuerdo a los datos del INE para el grupo Paquetes Turísticos, por la mayor cotización del dólar en comparación con el año anterior.

- ✓ La incorporación de nuevas rutas aéreas con el continente europeo presentará mayores oportunidades de conectividad y por lo tanto redundará en un menor costo de los pasajes, lo cual podrá generar un efecto positivo en el comportamiento del sector durante el presente año.
- ✓ Sin embargo todavía queda por resolver la conexión aérea con algunas ciudades de la región, fundamentalmente con Brasil, al tiempo que se aguarda por la situación de la nueva aerolínea de bandera gestionada por trabajadores de la ex Pluna.
- ✓ Los datos del Ministerio de Turismo indican que durante el primer trimestre de 2014 viajaron al exterior 649.594, lo que significa un 1,6% más que el año anterior.
- ✓ En cuanto al destino, el mayor incremento se registró en los viajes hacia Norteamérica, donde el número de viajeros se incrementó 72,6%

- ✓ Al mismo tiempo, otros destinos regionales como Brasil o Chile mostraron una reducción significativa en el número de visitantes de 17,5% y 13,5% respectivamente. Probablemente este factor esté relacionado con la fecha en la cual se celebró la Semana de Turismo entre un año y el otro.
- ✓ Si bien, de acuerdo a la información brindada por las empresas consultadas las perspectivas son positivas, el incremento de precios medido en pesos, podría generar una retracción en las ventas en el presente año.
- ✓ Otro elemento a tener en cuenta es la celebración del mundial de fútbol en Brasil, el cual si bien genera una importante demanda adicional hacia aquel país, estaría a su vez restando importancia hacia otros destinos.

VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN AGENCIAS DE VIAJE



II - HOTELES

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim. III 2014	Trim. IV 2014
Hoteles tres estrellas	5	5	143	-14,2%	29,8%			
Hoteles cuatro estrellas	6	6	268	8,2%	13,3%			
Índice de Precios	-	-	-	7,4%	9,4%			

- ✓ Las ventas por servicios de alojamiento en el conjunto de Hoteles de categoría tres y cuatro estrellas mostraron nuevamente una recuperación en el primer trimestre luego de una primera mitad del año 2013 donde los resultados fueron negativos.

- ✓ Los datos del Ministerio de Turismo muestran que en la comparación interanual correspondiente al primer trimestre, se registró una disminución en el número de visitantes extranjeros de 12,9%.
- ✓ Se observa a su vez una reducción de la participación de visitantes argentinos en relación al total, pasando del 69,4% al 62,3%.
- ✓ Esta reducción relativa de visitantes argentinos, que en términos absolutos fue de 21,9%, fue parcialmente compensada fundamentalmente por visitantes brasileños, cuyo número de visitantes creció 17,8% en comparación con el primer trimestre de 2013.

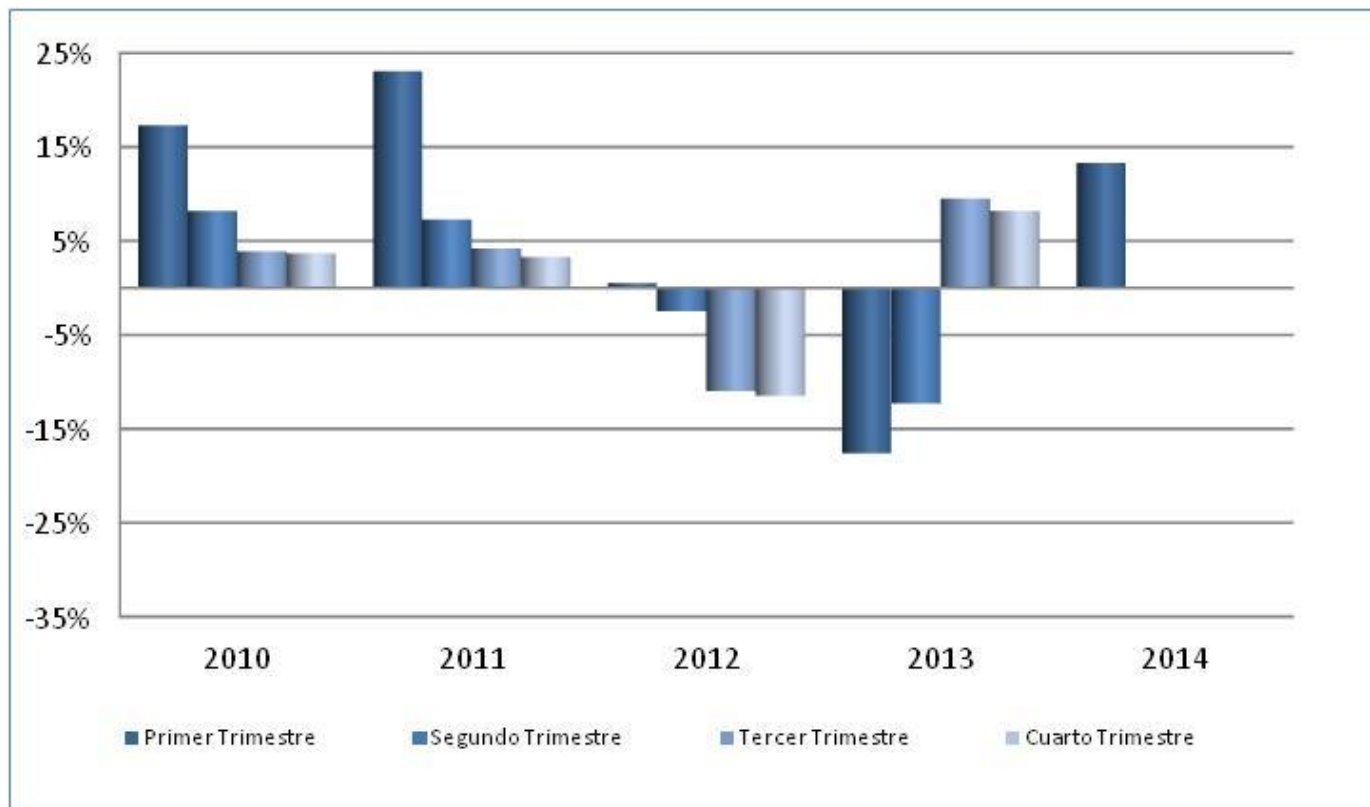
- ✓ La situación respecto del turismo proveniente de Argentina según los empresarios del sector permanecerá incambiada, por lo que las expectativas son bastantes preocupantes en este sentido para el presente año. Al mismo tiempo, confirman que la mayor afluencia de público brasileño habría compensado en parte la fuerte caída de visitantes argentinos observada a lo largo del año.
- ✓ Para lograr reducir el impacto que genera la situación respecto de Argentina, muchos operadores están haciendo hincapié en promocionar el mercado interno, generando una oferta atractiva para el turismo local, lo cual parecería estar dando resultados positivos.

El siguiente cuadro resume variables de interés del sector:

Hoteles Tres Estrellas	Trim. IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim. III 2014	Trim. III 2014
Nivel de Ocupación	71,3%	69,6%			
Tarifa Promedio	63,1 USD	63,2 USD			

Hoteles Cuatro Estrellas	Trim. IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim. III 2014	Trim. III 2014
Nivel de Ocupación	76,2%	72,7%			
Tarifa Promedio	102,6 USD	100,2 USD			

VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN HOTELES CUATRO ESTRELLAS



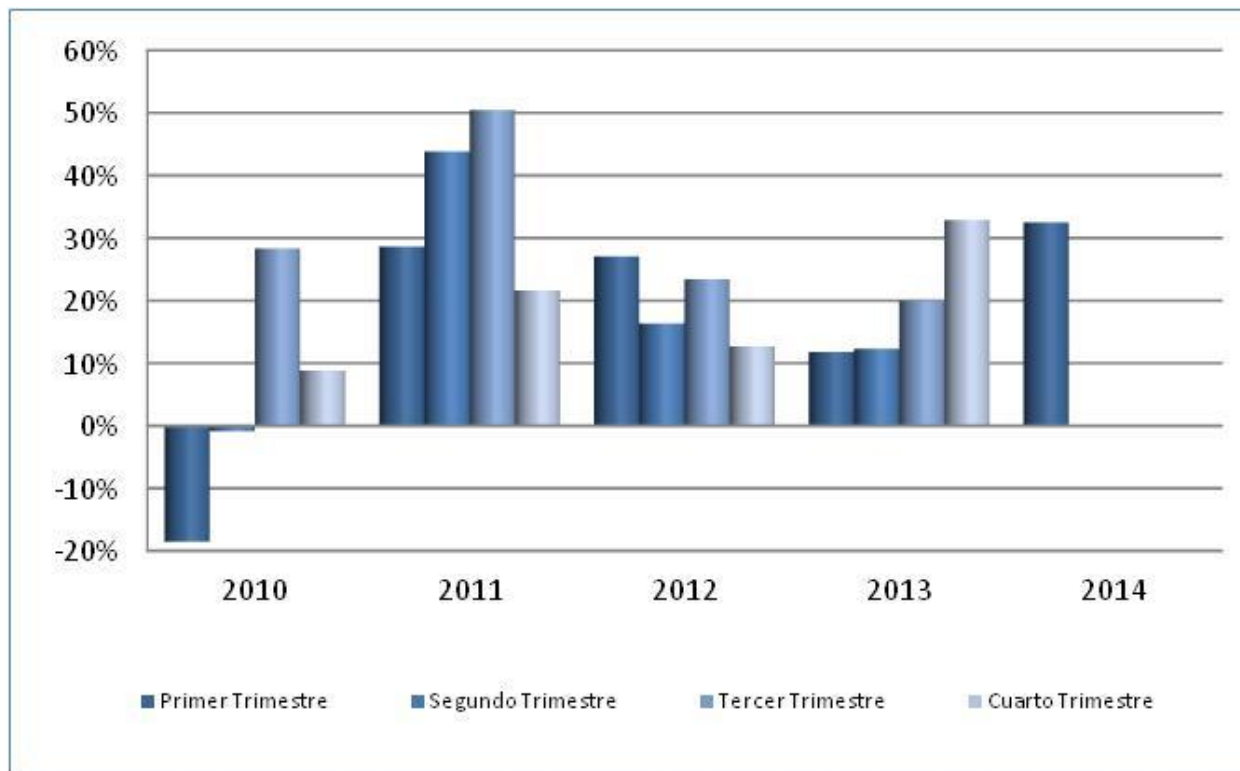
III- SERVICIOS INFORMÁTICOS

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim IV 2013	Trim. I 2014	Trim. II 2014	Trim III 2014	Trim IV 2014
Servicios Informáticos	6	6	464	32,9%	32,5%			
Software	5	5	132	19,4%	41,2%			
Hardware	4	4	196	23,2%	-0,9%			

- ✓ Las ventas del sector de Servicios Informáticos, medidas en dólares constantes, continuaron creciendo en el primer trimestre del año y mostraron un muy buen desempeño.
- ✓ En relación a la venta de Software, se observó en promedio un crecimiento significativo, pero con resultados diversos al interior del grupo de empresas informantes.

- ✓ Las ventas de Hardware, por su parte muestran un leve deterioro.
- ✓ Igualmente como se ha informando en cada oportunidad y mas allá de estos resultados, la comparación trimestral es de carácter parcial y no permite extraer conclusiones relevantes. Una vez que se avance en los informes ahí sí se podrán extraer conclusiones más exactas sobre el comportamiento del sector.
- ✓ Las expectativas mantenidas por los informantes consultados apuntan a consolidar los niveles de crecimiento que se vienen registrando en los últimos años a pesar de las dificultades que surgen por los crecientes costos a nivel interno, y la escasez de recursos humanos calificados.

VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN SERVICIOS INFORMÁTICOS



Conclusiones

- ✓ La economía uruguaya, continuó mostrando en el último trimestre del año un comportamiento favorable, que se caracterizó por un crecimiento del PIB, buenos niveles de empleo y crecimiento del salario real, lo cual, junto a la disponibilidad de crédito al consumo, configuran un escenario que favorece la actividad comercial.
- ✓ De todas formas, se ha venido observando a lo largo del año 2013, y se confirma en el inicio del este año un enlentecimiento en la actividad económica, producto entre otras cosas de un contexto regional más adverso.
- ✓ Esto ha llevado a la necesidad de realizar ajustes a nivel interno, y a revisar las políticas macroeconómicas que busquen el justo equilibrio entre la evolución del tipo de cambio y los niveles de inflación.

- ✓ En particular, los datos aportados por las empresas informantes dan cuenta de una reducción en las ventas en la mayoría de los rubros considerados.
- ✓ Por otra parte, el crecimiento en el valor del dólar ha generado un incremento en el costo de los bienes importados, que muchas veces es absorbido por las empresas de forma de no trasladar a precios dicho incremento y evitar un freno en los niveles de demanda que ya de por sí se están viendo reducidos.
- ✓ En cuanto a las expectativas para lo que resta del año, en su mayoría los empresas reflejan cierta cautela dado el actual contexto económico. A lo cual se le agrega el hecho de que 2014 será un año muy particular, producto tanto de las elecciones nacionales que se desarrollarán en los próximos meses, y fundamentalmente a partir de la celebración del mundial de fútbol, el cual también genera un clima muy especial en torno al mismo y que muchas veces se ve reflejado en el resultado de las ventas de las empresas como así lo destacan los informantes consultados.

- ✓ Pero mas allá de estos elementos de carácter coyuntural, la conclusión más trascendente es que se está observando un enlentecimiento en la actividad y que junto al incremento sostenido de los costos en las actividades económicas, los niveles de rentabilidad del sector se reducen.
- ✓ De esta forma para evitar que la actividad comercial continúe deprimiéndose es necesario buscar las herramientas para contener la suba de los costos salariales y no salariales a los que se enfrentan las empresas en el desarrollo de su actividad productiva y comercial, relacionadas tanto con una menor presión tributaria, un mercado laboral que permita mayor flexibilidad, y la mejora necesaria en los niveles de productividad. El objetivo debe ser mejorar los indicadores de competitividad de la economía y evitar así el encarecimiento relativo frente a los principales socios comerciales.